

# CONFERENCE SMART & NEW

## Quand le SIMI donne la parole à l'innovation !

Conférence du vendredi 7 décembre 2017 de 14h00 à 15h30

Résumé : Trois sociétés vous présentent leurs solutions novatrices avec retour d'expérience.  
Profitez de cet événement totalement dédié à l'innovation pour vous informer sur les dernières nouveautés du marché.  
Animée par Jean-Marie CELERIER, Partner de STONUP, cette conférence sera l'occasion de découvrir les offres de DATAPOLE, DILITRUST et WEMAITAIN.

Animateurs : Jean-Marie CELERIER - Partner - STONUP

Intervenants : Frédéric GAGNAIRE - PDG - DATAPOLE  
Yves GARAGNON - PDG - DILITRUST  
Benoît DUPON – Co-fondateur et CEO - WEMAITAIN

- « Bienvenue à Smart and New. Je suis Jean-Marie CELERIER, fondateur de la société STONUP. Nous sommes conseillers en stratégie d'innovation notamment auprès des « corporates » et nous lançons actuellement un fonds d'investissement sur les start-ups de l'immobilier au niveau européen. C'est la raison pour laquelle nous avons choisi de vous présenter trois start-up cet après-midi.  
Ces dernières viendront vous présenter leurs œuvres au fur et à mesure. Ainsi, nous parlerons d'intelligence artificielle, de plateformes digitales sécurisées et une petite startup surprise interviendra en dernier.  
Pour ce faire, nous vous proposons un format de présentation différent du pitch uniquement « *one way* » qui vous diffuse un message bien huilé. Nous ferons intervenir des clients qui vous montreront les « *business cases* » sur lesquelles les start-ups en question sont intervenues. L'objectif est de mesurer la création de valeur que ces sociétés proposent.  
Avant de commencer, j'aimerais donner la parole à deux ou trois personnes de l'assistance, afin qu'elles nous donnent leur propre définition de l'innovation.

### **Y a-t-il des volontaires dans la salle qui souhaiteraient partager leur vision de l'innovation ?**

- « Nicolas CUGIER, THALES : Alors pour moi l'innovation c'est la capacité à penser la réalité autrement. Comme le disait Einstein, il ne faut pas s'étonner qu'avec les mêmes outils nous produisions des résultats identiques. Donc, être innovant, ce n'est certainement pas remplacer des femmes de ménage par des robots, ce qui correspondrait au degré zéro de l'innovation. L'innovation c'est peut-être se dire que je vais pouvoir incarner un service différent qui s'appuiera sur un outillage tel qu'un robot qui va me permettre de nettoyer différemment.
- « Je vous rejoins totalement car les technologies sont vraiment très nombreuses. En effet, nous pouvons faire du « *name dropping*<sup>1</sup> » et évoquer énormément de choses autour du digital, mais au final la seule chose qui compte, c'est la création de valeur. Pour l'anecdote, il est beaucoup plus difficile de « *disrupter* » une femme de ménage qu'un trader. En effet, nous avons encore beaucoup de temps devant nous avant qu'un robot ne parvienne à exécuter le degré de complexité des tâches réalisées par une femme de ménage.  
Chez STONUP, nous pensons que l'innovation c'est ce qui change la valeur et ce qui réduit les coûts :
  - o Réduire les coûts de construction : par exemple, l'impression 3D de bâtiments qui permet de diviser jusqu'à huit les coûts de construction ;
  - o Réduire les coûts de management : nous aurons des exemples cet après-midi ;
  - o Réduire les risques : par exemple, pour la promotion immobilière, en commercialisant plus vite, plus en amont ;
  - o Augmenter la valeur : par exemple : les modèles de coworking, qui ne sont qu'un exemple parmi tant d'autres, permettent d'augmenter la valeur du m<sup>2</sup> des espaces qu'ils occupent ;
  - o Fluidifier la transaction : par exemple pour devenir acheteur, ou pour le financer.Voilà les quelques aspects sur lesquels nous allons interroger nos start-ups.

---

<sup>1</sup> Le name dropping est une figure de style qui consiste à citer des noms connus, notamment de personnes, d'institutions, de marques commerciales ou de titres d'ouvrage pour tenter d'impressionner ses interlocuteurs ou, plus généralement, pour dépeindre leur univers culturel (source : Wikipédia).

Sans plus attendre, je vous propose pour commencer d'accueillir Frédéric GAGNAIRE, fondateur de DATAPOLE avec une promesse, l'intelligence artificielle pour le *facility management*, accompagné de Jérôme De VILLERS, digital leader chez VINCI Facilities. »

## I. DATAPOLE

- « **Frédéric j'aimerais que vous nous présentiez votre entreprise DATAPOLE : de l'intelligence artificielle pour le *facility management*. J'aimerais que vous commenciez d'abord par nous expliquer quelle est la douleur du marché à laquelle vous vous adressez** ».
  
- « En fait, nous partons du constat suivant : nous rencontrons aujourd'hui de grandes difficultés dans l'exploitation des données qui sont à notre disposition. Pourtant, nous sommes tous convaincus que ces données sont un moyen important pour optimiser nos processus métiers, essayer de capter de la valeur, essayer de réduire nos coûts d'exploitation et augmenter la qualité des services que nous proposons à nos usagers. Cependant, nous ne traitons que 10% des données qui sont à notre disposition.  
Les raisons sont les suivantes :
  - o Difficultés techniques associées au traitement des données et en particulier l'accès ;
  - o Confidentialité des données que vous utilisez : Le RGDP<sup>2</sup> et la volonté de partage ;
  - o Compétence nécessaire pour mettre en œuvre ces données : l'IT<sup>3</sup> et la Data Science qui sont des compétences rares et coûteuses ;
  - o Conceptualisation et identification des usages que l'on va pouvoir adresser aux données : nécessité d'une expertise pluridisciplinaire. »
  
- **Concrètement, dans le périmètre du *facility management* sur lequel vous intervenez, rencontrez-vous les limites spécifiques qui freinent vos possibilités d'intervention ?**
  
- « A l'origine, nous sommes des « *data scientists* ». Nous utilisons donc une technologie assez généraliste. Mais nous avons décidé de nous focaliser sur le *facility management* afin de proposer une offre qui touche à la fois :
  - o les flux autour de la gestion des déchets, de la performance énergétique, de la gestion de l'eau ;
  - o les ressources humaines autour du multi technique et des services associés à un bâtiment. »
  
- « **Donc vous vous adressez à n'importe quel type de *facility management*, quelle que soit la taille ? Quelle est la taille critique permettant d'avoir accès à une masse critique de données ?** »
  
- « En termes d'accès à l'information, je pense qu'il s'agit plus d'une question de maturité que d'une question de taille. C'est vrai que les technologies que nous mettons en œuvre nécessitent déjà beaucoup d'efforts autour de la collecte de l'information. Il faut ensuite être en capacité de l'analyser et de la restituer, nous sommes donc dans le domaine de l'analyse descriptive.

---

<sup>2</sup> RGPD : Règlement Général de Protection des Données ou General Data Protection Regulation (GDPR) en anglais

<sup>3</sup> IT : Information Technology

Mais pour capter de la valeur, il faut aller plus loin. C'est pourquoi, nous mettons en œuvre des technologies d'intelligence artificielle. L'objectif est de déployer des méthodologies qui permettent :

- d'analyser les comportements et d'identifier l'impact de l'environnement sur une activité donnée ;
- d'anticiper.

Une fois que vous avez construit ces deux étages de compréhension et d'anticipation de votre activité, il est très important d'être en capacité d'associer à cette information une prise de décision. Vous êtes dans la nécessité de développer des outils qui sont des outils d'aide à la prise de décision dédiés à une activité en particulier.

Dans le domaine du *facility management*, nous avons pris le soin de verticaliser nos solutions pour couvrir l'ensemble du secteur que je vous ai évoqué. »

- **« Pourriez-vous nous donner un exemple concret ? »**

- « Nous intervenons par exemple dans le domaine de la gestion des déchets autour de la capacité à déterminer le niveau de ressource nécessaire pour couvrir une qualité de service exprimée par un donneur d'ordre.

Ceci représente la double difficulté suivante :

- exprimer la qualité de service attendu par ses usagers : d'un usager à l'autre et d'un site à l'autre, cette qualité de service n'est pas la même ;
- transformer la qualité de service attendu en un niveau de ressource optimale : offrir au donneur d'ordres la possibilité de comparer les différentes propositions de ses soumissionnaires.

Dans le domaine de la gestion des déchets, ce sont des enjeux qui sont très importants.

En effet, pour les grandes collectivités avec lesquelles nous travaillons, ce sont des enjeux qui représentent jusqu'à 15% de gain, sur des montants de plusieurs millions d'euros par an. »

- **« Quelle est l'origine de la donnée ? C'est une donnée qui est collectée de façon manuelle ? Voyez-vous l'émergence d'un certain nombre de capteurs ? Nous en parlons beaucoup, mais est-ce une réalité ? Cela apporte-t-il vraiment quelque chose ? »**

- « Comme je l'évoquais tout à l'heure, 90% des données ne sont pas utilisées. Nous avons donc au sein des entreprises, un gisement phénoménal de données. Exploiter correctement ces dernières nécessite une véritable connaissance et c'est une source importante d'économie.

Pour ce faire, nous utilisons :

- l'IoT : pour adresser de nouveaux usages et donc mieux servir nos clients.
- les variables exogènes : pour créer des nouvelles données qui permettent d'enrichir les données d'un client de manière à bien comprendre la variabilité passée de son activité puis de la projeter dans le futur. »

- **« Nous allons rentrer dans un business qui est concret avec Monsieur De VILLERS. Vous êtes digital leader chez VINCI Facilities, pourriez-vous nous raconter votre métier ? »**

- « L'objectif est assez simple : travailler sur la donnée.

Dans notre métier, nous avons effectivement des outils tels que la GMAO<sup>4</sup> pour la maintenance, mais nous utilisons aussi des outils de ticketing<sup>5</sup> et de demandes d'utilisateurs.

Nos données proviennent :

---

<sup>4</sup> GMAO : Gestion de Maintenance Assistée par Ordinateur

- soit des bâtiments, de la GTC<sup>6</sup> et du BIM<sup>7</sup> ;
- soit de l'IoT<sup>8</sup> que nous commençons à déployer.

Ma fonction consiste à réfléchir sur l'utilisation de cette donnée et, à ce que nous voulons en faire demain. Au-delà d'un simple reporting qui nous donne une vue sur le passé, nous sommes plus dans l'exploitation et l'utilisation de ces données pour aller vers l'anticipation, le gain de productivité et la qualité de service. »

- **« Racontez- nous concrètement ce que vous avez mis en place. C'était un POC<sup>9</sup> ? C'était un contrat ? C'était il y a combien de temps ? »**
- « Oui c'est un POC. Nous avons commencé il y a une bonne année, avec la volonté d'utiliser ces données et surtout de leur apporter de la valeur.  
Nous sommes donc partis d'une feuille blanche, nous avons interrogé DATAPOLE et nous leur avons transmis un jeu de données. Sur ce dernier, DATAPOLE a identifié quelques pistes sur lesquelles nous pouvions travailler : les données les plus faciles à utiliser. »
- **« Si nous rentrons dans le détail, le jeu de données comprenait quel type de données ? Sur quelle taille, sur quel historique ? »**
- « Il comprenait des données essentiellement issues de la GMAO et de notre outil de *ticketing*. C'est finalement, tout ce qui retrace l'activité d'une demande d'intervention jusqu'à sa réalisation ou la réalisation d'une opération préventive.

Donc, sur un périmètre d'une cinquantaine de sites, soit environ 1 million de m<sup>2</sup>, l'objectif était de mesurer l'augmentation de valeur potentielle issue de ces données.

- **« Et alors justement, qu'en avez-vous tiré ? Que s'est-il passé ? »**
- « Nous avons décidé de travailler sur deux sujets :
  - Le premier sujet est la recherche d'anticipation des interventions à venir pour mieux organiser les équipes.  
Nous avons cherché à mieux identifier le contenu de nos données du passé et du présent pour mieux anticiper le futur en termes de capacité d'organisation des équipes. C'est ce que nous avons appelé « ordonnanceur », l'idée d'être en capacité de mieux ordonnancer nos tâches au-delà d'une simple liste.
  - Le deuxième sujet est l'augmentation de la satisfaction de nos clients.  
Nous avons cherché à utiliser les capacités algorithmiques de DATAPOLE pour travailler sur tous les commentaires laissés par nos clients. Après une intervention, ces derniers ont la possibilité de commenter positivement ou négativement le dérouler de l'intervention.  
Plutôt que de rester sur le principe d'une moyenne de *oui/non*, nous souhaitons avoir une meilleure identification du sentiment réel et aussi, la capacité de créer de nouvelles données à partir de ces commentaires. Par exemple, en allant chercher des

---

<sup>5</sup> OUTILS DE TICKETING : Logiciels de suivi des problèmes

<sup>6</sup> GTC : Gestion Technique Centralisée

<sup>7</sup> BIM : Building Information Modelling ou maquette numérique

<sup>8</sup> IoT : Internet of Things ou Internet des Objets

<sup>9</sup> POC : Proof of Concept ou Preuve de Concept encore démonstration de faisabilité est une réalisation expérimentale concrète et préliminaire, courte ou incomplète, illustrant une certaine méthode ou idée afin d'en démontrer la faisabilité.

commentaires qui traduisent qu'il y a besoin d'informations complémentaires, qu'il y a besoin qu'un client soit rassuré, qu'il y a besoin de refaire une intervention qui a mal été faite, etc... Nous sommes sur de l'analyse sémantique.

- **« Donc ça, c'est aussi quelque chose sur lequel vous intervenez. Vous avez développé des algorithmes d'analyse sémantique qui ont permis de gérer, en tous les cas de traiter un grand nombre de données ? »**
- « Je ne voudrais pas vous décevoir mais notre positionnement n'est pas de développer des algorithmes. Nous mettons en œuvre un ensemble d'algorithmes de manière concurrentielle pour uniquement proposer à nos clients l'algorithme le plus performant. Et pour répondre à votre question précédente, le fait d'avoir mis en œuvre ces algorithmes d'analyse sémantique, c'était justement une manière de pouvoir créer des nouvelles données, qui nous ont permis d'enrichir la compréhension de la satisfaction de nos usagers. »
- **« Avez-vous aujourd'hui un retour sur la partie satisfaction ? Sur les gains que ça vous permettait d'avoir ? Êtes-vous déjà au stade d'avoir mis des actions en place et d'avoir des retours sur ces actions ? »**
- « Sur la partie satisfaction, non. Nous sommes en train de finaliser l'apprentissage de ce monde de l'algorithme. Mais la vraie valeur ajoutée, c'est que nous allons générer de nouvelles données qui vont nous permettre de progresser dans notre exploitation et d'être plus proactif vis-à-vis de nos clients. Avec ce que détecte l'algorithme, nous avons déjà un rapport hebdomadaire dans lequel est référencé l'ensemble des clients qu'il faudrait aller voir :
  - soit pour leur apporter des explications ;
  - soit pour mieux communiquer sur la façon dont nous gérons le service.Parce que nous avons senti que dans leur commentaire, il y avait des interrogations sur ces aspects-là. Donc nous savons que nous arriverons à gagner en satisfaction avec ces nouvelles données. »
- **« Et sur la partie plutôt back office, vous avez parlé de la façon dont cela vous permettait d'améliorer les processus de production de votre service. Avez-vous des chiffres aujourd'hui sur les bénéfices ? »**
- « Les premiers chiffres que nous avons, sont relativement importants : de l'ordre de 50%. Mais ce qui m'intéresse aujourd'hui ce n'est pas tellement les chiffres, c'est plutôt le test. C'est-à-dire que nous avons comparé les données réelles de l'exploitation d'un site pendant un certain temps avec celles que nous délivrait la solution de DATAPOLE, et nous avons effectivement constaté un certain nombre d'écarts. Les causes de ces derniers sont explicables, mais ils ne pourront pas être réduits naturellement. Cependant, nous avons conclu que nous disposons d'une marge de progression notamment sur l'organisation des équipes et l'utilisation des compétences en fonction des besoins. »
- **« Si vous agissez à la fois sur l'optimisation de votre procédé et sur la satisfaction client, en tant que Vinci Facilities, tout cela ne devrait-il pas être votre core business ? »**
- « Oui bien sûr, c'est notre core business. Mais l'apport de DATAPOLE est de nous permettre, lorsque nous avons une masse de données, d'aller plus loin que le simple tableau Excel. Pour cela, nous avons besoin d'avoir de l'outillage qui nous permet d'exploiter cette donnée. »

- **« Très bien, pourriez-vous nous parler un peu de l'entreprise ? Depuis combien de temps elle existe ? Qui sont les membres de l'équipe ? »**
  
- « L'équipe a été créée en 2010. Nous sommes une boîte très « techno » composée de 13 experts en système d'information et 5 docteurs en mathématiques appliquées.  
Notre positionnement consiste à :
  - o apporter de la technologie pour mettre en œuvre de la donnée de manière automatisée ;
  - o de pouvoir « processor » de manière industrielle, un traitement de l'information.
 Je pense que le premier point est le plus important : être en capacité de travailler en équipe avec nos clients, capter les enjeux et l'expertise de leurs métiers puis de retraduire cela de manière intelligente dans nos outils.  
A ce titre-là, la démarche de VINCI Facilities a été assez remarquable car ils ont vraiment mis à notre disposition des interlocuteurs et des ressources pour accompagner cette démarche collaborative, entre leur équipe expert métier et notre équipe externe experte en IT et data science. Nous sommes ainsi parvenus à un produit qui retraduit réellement les contraintes de leur métier. Mais, tant que vous n'avez pas mis en œuvre la prise en compte de ces contraintes, vous avez beau avoir la meilleure prévision de votre activité future, vous ne saurez pas la traduire en optimisation de vos processus et donc en ROI<sup>10</sup>. »
  
- **« Merci beaucoup, avez-vous des questions ? »**
  
- « Thierry ALLIO, ERICSSON, je voudrais savoir quel montage envisagez-vous ? C'est-à-dire, le client final est-il client de VINCI et VINCI utilise les données de DATAPOLE ou le client final s'adresse-t-il directement à DATAPOLE ?»
  
- « Le montage dépend du moment auquel nous intervenons. Si nous intervenons au moment de l'appel d'offres, notre client va être le donneur d'ordres. Parce que nous allons être dans une démarche de dimensionnement des ressources. C'est-à-dire d'être en capacité d'exprimer la qualité de service attendu, et d'avoir une notion des ressources qui devront être engagées pour satisfaire cette qualité de service.  
Dans le mode opératoire, notre client c'est évidemment l'exploitant qu'il s'agisse de l'entreprise ou qu'il s'agisse de son prestataire.  
Nous l'aidons à répondre à trois enjeux :
  - o Un enjeu économique : optimiser les processus opérationnels ;
  - o Un enjeu de satisfaction du client en tenant compte l'ensemble des contraintes contractuelles en termes SLA<sup>11</sup> ;
  - o Un enjeu de performance environnementale des activités de *facility management* : nous développons actuellement un module permettant de représenter la performance environnementale des activités de *facility management*. L'idée est de permettre à l'exploitant et à son donneur d'ordre, d'avoir les clefs de mesure de cette performance et d'être informé des actions possibles leur permettant de réduire leur empreinte. »
  
- **« Nous n'avons pas évoqué l'enjeu de la propriété des données ? »**
  
- « Nous l'avons évoqué très rapidement à travers la nouvelle réglementation générale autour de la propriété des données privées.

---

<sup>10</sup> RIO : Return on Investment

<sup>11</sup> SLA : Service-Level Agreement ou « accord de niveau de service » est un document qui définit la qualité de service, prestation prescrite entre un fournisseur de service et un client

C'est un véritable double enjeu :

- contractuel vis-à-vis de votre client donneur d'ordres ;
  - enjeu réglementaire vis-à-vis de la nouvelle réglementation européenne de destruction des données. C'est-à-dire de prévoir un certain nombre de processus qui permettent à une personne, qui a été identifiée dans vos bases de données, de pouvoir accéder à tout moment à ses informations »
- « Jean Charles VIARD, IVANHOE CAMBRIDGE : je suis assez néophyte dans tous ces concepts de data et de traitement des données. Tout à l'heure, vous avez dit que vous ne faisiez pas les algorithmes. Donc dans la chaîne des intervenants, pourriez-vous nous expliquer comment cela fonctionne ? Qui fait les algorithmes ?
- « Notre équipe est constituée de data scientists qui sont des docteurs en mathématiques appliquées. Et quand je dis que nous ne faisons pas les algorithmes, cela veut dire que nous ne prétendons pas inventer une nouvelle méthode d'algorithmes qui va permettre de prévoir avec une performance élevée. Notre positionnement est plutôt de prendre en compte les principales méthodes d'intelligence artificielle, de les confronter pour ensuite produire de manière industrielle, la mise en œuvre de ces méthodes.
- Aujourd'hui la grande difficulté est que vous avez des méthodes scientifiques qui vous permettent de prévoir une activité. Mais pour les mettre en œuvre, il faut maîtriser ces méthodologies. Donc, il vous faut un certain niveau de background technique. Puis, vous devez appliquer cette méthodologie à tous les niveaux organisationnels qui vous intéressent. Egalement, les équipements qui ont la même fonction et les mêmes données, ne seront pas forcément modélisés de la même manière. Par exemple, le bâtiment que vous avez dans le sud de la France n'a pas du tout le même comportement que le bâtiment que vous allez avoir dans le nord de la France. Il y a alors une explosion combinatoire du nombre de modèles nécessaires pour représenter réellement et avec fiabilité, une activité.
- Donc avec les technologies que nous aurons validées au préalable sur la base des historiques qui nous auront été confiés, nous mettons alors en œuvre notre technicité pour produire, au niveau le plus fin comme au niveau le plus agrégé, le modèle le plus pertinent.
- **« Nous disons souvent que l'intelligence artificielle, et notamment lorsqu'elle s'appuie sur le deep learning, bénéficie du volume de données et devient de plus en plus intelligente. C'est le cas aussi de votre modèle ? »**
- « Cela dépend de ce que vous recherchez. Mais oui, évidemment nous disposons dans la batterie de modèles que nous utilisons, des modèles qui sont des modèles de « Machine Learning<sup>12</sup> » et qui vous permettent d'être de plus en plus apprenant au fil des informations qui vous sont communiquées. Mais, en fonction de l'usage recherché, ce n'est pas forcément la technologie que vous allez mettre en œuvre. Peut-être que vous préférerez des modèles qui sont un peu moins performants en termes de capacité prédictive mais qui vous offriront d'autres avantages comme la capacité de pouvoir expliquer à un opérationnel les différents « drivers » de son activité. »
- **« Y a-t-il un enjeu de réactivité ? C'est-à-dire, ces algorithmes ont-ils la capacité de s'adapter à des situations exceptionnelles pour changer les plannings et l'organisation du jour au lendemain ? »**
- « Alors oui, c'est tout l'intérêt. Bien entendu, c'est d'être en capacité de pouvoir déterminer les signaux faibles. De pouvoir déterminer quelles sont les variables qui ont un impact sur

---

<sup>12</sup> Machine learning : apprentissage statistique ou automatique



vosre activité et d'être en capacité de prendre en compte la réalité de l'environnement pour en mesurer l'impact sur votre activité future. »

## II. DILITRUST

- « **J'invite Yves GARAGNON à me rejoindre**, CEO de DILITRUST, leader des solutions de Data Room et de gouvernance dématérialisée.

Nous connaissons un peu la data room dans l'immobilier lorsque nous avons fait de la transaction. La gouvernance dématérialisée, je pense que cela intéresse tous ceux qui ont un certain nombre de sociétés à gérer. Mais d'abord, je pose de façon méthodique le même process, quelle est la principale douleur du marché, la douleur des acteurs présents actuellement ? »

« Notre savoir-faire à l'origine, c'est plutôt le traitement des données sensibles, la sécurité de l'information et nous proposons notamment une plate-forme de partage d'informations sécurisées. Dans les métiers de l'immobilier, les cas d'usage courant que nous rencontrons sont les suivants :

- o Le premier cas est l'utilisation de nos systèmes de *data room* pour accompagner des clients dans les cessions de biens.  
En effet, lors de la cession d'un bien, la série de documents importants à faire observer est très longue. Il faut aussi rassembler, souvent dans l'urgence, toutes sortes de documents afin de donner un peu de perspectives économiques à l'acquéreur. Généralement c'est un Dropbox ou le système des notaires qui est utilisé. Mais, nous avons constaté que ces systèmes manquent de sécurité, de professionnalisme et qu'ils sont limités à des documents strictement juridiques.  
Egalement, si le bien est conséquent, il faut organiser le travail par équipe puis hiérarchiser et organiser les dossiers.  
Notre solution permet de s'affranchir de toutes ces contraintes.
- o Le deuxième cas est celui de l'utilisation de nos systèmes de *data room* pour la gestion des biens au cours de leur vie. Les gestionnaires, par rapport à leurs biens, ont énormément de documents à rassembler, à centraliser et à partager. Nous sommes dans le domaine du nomadisme où tout doit être accessible en permanence.  
La solution que nous proposons est une plateforme dans laquelle les documents peuvent être entreposés et rangés. Des droits d'accès à ces documents sont ensuite donnés en fonction des profils et des rôles des utilisateurs. Chacun va voir accès à une série de pièces qui correspond exactement à son métier, partout, en tout temps et immédiatement.  
Donc c'est vraiment ce sujet du partage rapide, nomade et efficace que nous cherchons à adresser.
- o Le troisième cas est celui de l'utilisation de nos systèmes de *data room* durant la phase de construction. Durant cette période, beaucoup de documents arrivent progressivement. Ces derniers doivent être régulièrement validés, partagés entre les parties prenantes et chacun apprécie d'avoir accès de n'importe où aux différentes pièces à jour.

Enfin, tout ceci se déroule de manière sécurisée et confidentielle. Seules les personnes disposant d'un droit d'accès préalablement attribué pourront accéder aux documents concernés. Voilà dans les grandes lignes, les sujets que l'on adresse. »

**« Votre technologie fait penser à des solutions qui existent déjà. Nous avons évoqué les notaires, qui ont développé leur technologie. Nous pouvons tout simplement penser aussi au « cloud » qui a équipé un certain nombre d'entreprises et qui permet justement ce nomadisme de façon sécurisée.**

**En quoi DILITRUST fait-il principalement la différence ? »**

« Je vais essayer de donner un certain nombre d'exemples pratiques de fonctionnalités qui sont utilisées et qui font que nos clients vont avoir recours à une plateforme telle que la nôtre, vraiment aboutie :

- Le premier sujet, est celui de la centralisation des documents dans une organisation structurée.

Nous proposons une organisation par dossiers qui sont ceux inspirés du métier. Donc, par amélioration continue, nous essayons d'avoir une hiérarchie et une organisation dans lesquelles nous retrouvons spontanément des endroits où ranger nos documents. Le système automatique de numérotation qui se décline de la hiérarchie créée, gère tous les nouveaux documents.

Pour les versions successives d'un même document, nous pouvons noter et comparer ces versions successives.

Donc c'est vraiment cet aspect de l'organisation de l'espace de travail collaboratif, que nous souhaitons proposer.

- Le deuxième sujet très pratique est celui de la diffusion de l'information et de son accessibilité par les bonnes personnes de manière différenciée.

Le système permet de définir les droits d'accès, la nature des informations accessibles, jusqu'à quel point elle est accessible, puis s'assurer de tout cela.

Pour un haut niveau de sécurité, l'authentification des personnes qui accèdent aux documents se fait par un système à double authentification composé d'un SMS et d'un code de validation semblable à celui des paiements en ligne.

Nous proposons également la possibilité d'instaurer des systèmes de filtrage d'IP.

En plus des conditions de sécurité précédentes, l'accès aux documents n'est possible que depuis des ordinateurs particuliers dans des lieux précis.

- Le troisième sujet est le système de filigranes.

Nous pouvons imposer qu'à chaque ouverture et consultation d'un document, un filigrane s'affiche sur ce dernier avec le nom de la personne, l'heure et le nom du projet. Ainsi, tout document consulté garde une trace de la consultation. De plus, le document ne peut être copié ni pris en photo sans que le filigrane apparaisse.

Pour ceux qui veulent aller assez loin dans la sécurité et le contrôle de la diffusion des documents, nous pouvons le faire. C'est vraiment des aspects qui sont très appréciés. »

- **« Je rebondis là sur ce que vous dites. Permettez-vous par exemple d'avoir des statistiques d'usage et de consultation ? Et notamment, à l'intérieur d'un document, comme certaines solutions le proposent, savoir ce que les gens ont consulté, où ils ont passé le plus de temps ? »**

- « Bien sûr, nous proposons un système de statistiques et nos clients peuvent l'utiliser comme ils le souhaitent.

Nous pouvons prémâcher pour eux un certain nombre de statistiques de consultation. Ce qui est très pratique par exemple, dans le cas de la cession d'un immeuble. En fonction de la fréquence de consultation des documents, il est possible de tirer des conclusions sur le

niveau d'intérêt que porte le potentiel acquéreur sur le bien en vente, de comprendre l'interprétation qu'il peut faire des documents consultés, d'anticiper les questions probables et de bien préparer l'argumentaire pour les négociations.

- **Alors malheureusement votre client n'a pas pu se joindre à nous aujourd'hui néanmoins il nous a fait un petit testimonial vidéo.**

#### PROJECTION VIDEO

- Pour transposer et commenter ce cas d'usage, vous avez vu qu'il s'agissait d'une data room et non pas directement de la cession d'un bien immobilier. En général dans le domaine de l'immobilier, nos clients préfèrent garder une certaine discrétion à propos de leurs opérations. Mais pour le cas en question, nous sommes dans le cadre d'une levée de fonds. Donc, la mise à disposition et le partage de documents s'est ensuite traduit par une opération rendue publique. C'est la raison pour laquelle nous pouvons communiquer sur ce cas.

Comme vous l'avez vu, ce que nous essayons de faire, c'est d'utiliser l'innovation pour être performant sur des sujets tels que le traitement de l'information sécurisée et nous cherchons ensuite des cas d'usage assez diversifiés dans les métiers. Nous venons de voir le cas d'une levée de fonds mais nous avons beaucoup de clients dans les M&A et autres. C'est donc cette variété dans les cas que nous rencontrons qui donne finalement un certain enrichissement aux fonctionnalités que nous proposons.

Par exemple, le sujet sur lequel nous travaillons beaucoup en termes d'innovation, au-delà des statistiques, c'est la fameuse intelligence artificielle. Nous essayons de bien corréliser par cet apprentissage, le comportement des utilisateurs que ce soit du côté cédant, du côté gestionnaire ou du côté invité en visite sur la plateforme pour consulter des documents. Nous essayons d'apprendre de ces usages pour essayer d'anticiper la suite.

En termes de performances, nos études sur nos clients nous permettent de constater :

- o une réduction moyenne de 20% du temps consacré à la data room ;
- o une amélioration du taux de conversion des data room en cessions effectives.

Quand nous nous engageons dans ce process, c'est quand même pour le faire aboutir.

- **Quelques mots peut-être sur votre équipe et sur l'entreprise ?**

- Nous sommes une société en phase de croissance accélérée. Notre actualité est marquée par le bouclage d'une levée de fonds de 7 millions d'euros pour accompagner notre croissance et notre capacité à nous adresser à de nouveaux marchés.

Nous offrons différentes solutions autour du traitement de l'information sécurisée avec des cas d'usage divers :

- o celui des plateformes que l'on vient de voir ;
- o celui de la gouvernance d'entreprise. C'est-à-dire la capacité de traiter toutes sortes de problématiques juridiques et réglementaires dans différents métiers pour se mettre en conformité avec des environnements extrêmement contraignants d'informations à rassembler, déclarer et restituer. Mais aussi émettre des rapports auprès de différents intervenants : autorité de contrôle, régulateurs, investisseurs.
- o celui de la gestion de conseil d'administration dématérialisé qui permet de faire l'ensemble des réunions du conseil d'administration en utilisant zéro papier et avec un degré de confidentialité sur le partage, le plus abouti.

Pour cela, nous essayons d'avoir des équipes impliquées, qui partagent la même vision des choses et qui ont un sentiment d'appartenance à ce projet. Nous sommes une soixantaine de personnes aujourd'hui dont une bonne partie travaille à la Défense.

Nous travaillons aussi bien avec *Icade, La Foncière des Régions, Klépierre* et *Altarea Cogedim*. Donc cela nous donne une certaine pratique et nos équipes, par le fait qu'elles côtoient depuis quelques années tous ces intervenants, ont maintenant acquis un savoir-faire qui est très utile.

### III. WEMAINTAIN

**Je vous propose d'accueillir WEMAINTAIN qui est une plateforme pour les professionnels de la maintenance et notamment de la maintenance réglementée. J'invite Benoit DUPON, co-fondateur de WEMAINTAIN à me rejoindre ainsi qu'Éric LAURENT, Directeur général du Service immobilier du groupe PICHET. Alors on m'a dit qu'il y avait un blocus d'informations jusqu'à aujourd'hui ? Allez-vous nous dire ? D'abord, même jeu : quelle est la douleur du marché ? »**

- « Pour comprendre ce qu'est WEMAINTAIN, j'ai toujours une petite question pour commencer : quel est aujourd'hui le moyen de transport le plus utilisé dans le monde ? Nous pensons en général à la voiture mais la bonne réponse est l'ascenseur en nombre de personnes. C'est quelque chose qui est peu connu mais c'est un fait et c'est intéressant de le relever.

Donc nous travaillons dans ce marché de l'ascenseur pour commencer. Ce dernier réside principalement dans la maintenance. Dans la maintenance d'ascenseur, les clients sont les *property manager* de bureaux, les administrateurs de biens en copropriété, les foncières. Et leur « *pain point* », pour arriver à la question, c'est de dire que finalement aujourd'hui nous sommes dans le cadre réglementaire de la maintenance professionnelle avec des contrats de maintenance. Tout ceci est compliqué, les prix sont relativement élevés et les prestations sont difficiles à percevoir pour les clients. De manière générale, il y a un manque de transparence.

Et l'exigence de beaucoup de clients, que ce soit en « B to C » ou en « B to B », se traduit par un besoin de plus de transparence sur les prix et sur les opérations. Ce manque de transparence au niveau des clients du domaine de maintenance réglementé est le plus gros point négatif aujourd'hui. »

- « **Et alors comment y répondez-vous ? Avez-vous déjà une solution en place ou c'était juste du buzz jusqu'au SIMI ? »**

- « Nous avons travaillé sur le développement d'une solution. Nous avons étudié la chaîne de valeur du métier de la maintenance qui existe aujourd'hui. Le constat était le suivant : le digital vient changer énormément des métiers de service. Comment cela s'applique à cette chaîne de valeurs dans une industrie de maintenance réglementée ?

- o La première chose que nous avons identifiée, c'est qu'il existe des métiers qui sont difficilement reproductibles. Nous parlons en l'occurrence du technicien de maintenance qui est aujourd'hui en bout de chaîne mais qui est finalement identifié comme la personne qui a la plus grosse valeur au sein cette chaîne.
- o La deuxième que nous avons identifiée est que la complexité des modèles que nous avons aujourd'hui provient du fait que nous exploitons toute la chaîne de valeur avec des infrastructures relativement lourdes.

Cependant, le digital vient changer cela en ouvrant cette chaîne de valeur et en mettant la personne créatrice de valeur en relation directe avec la personne qui en a besoin et qui paie pour cette valeur.

Aujourd'hui, alors que 75% des problématiques que nous pouvons avoir ne sont pas automatisables, le technicien est indispensable.

Donc, WEMAINTAIN propose une plateforme digitale qui permet à un technicien de devenir indépendant et de gérer l'ensemble de ses tâches d'activité.

C'est un outil qui lui permet de devenir indépendant en le mettant directement en relation avec le client qui se trouve de l'autre côté de la plateforme et qui poste leurs offres en ligne. Ceci règle les problématiques de transparence et de gestion des opérations dont j'ai parlé tout à l'heure. »

- **« Alors attendez. Si j'ai bien compris vous êtes en fait un Uber de l'ascensoriste ? »**
- « Effectivement, c'est un langage courant donc nous allons dire oui. Je préférerais dire que nous faisons de la « plateformisation ». La raison pour laquelle je parle de cela est que les plateformes sont un nouveau modèle. Uber a été un exemple extraordinaire dans l'innovation d'une industrie qui a été très compliquée à changer. Effectivement, personne n'y croyait, il y avait des licences, c'était des choses qui étaient compliquées. Aujourd'hui effectivement, après avoir pris Uber qui reprend un taxi ? Peu de personnes. Mais à l'époque ce n'était pas du tout évident.  
Là où nous nous comparons un peu moins, c'est que nos techniciens de maintenance, ne sont pas remplaçables avec un permis de conduire. Donc, c'est fondamentalement différent. Finalement, c'est la communauté de techniciens qui est une clef dans le succès de la « plateformisation » du modèle. Alors que mettre une voiture autonome ne permettrait pas de régler cela.  
C'est un peu différent, mais la « plateformisation » ressemble à Uber en effet. »
- **« Alors vous avez encore de la valeur dans le prestataire initial puisqu'il a un certain nombre de diplômes qui sont nécessaires notamment pour pouvoir intervenir. Donc il faut les chouchouter et vous ne leur prenez pas 30% de la marge. Alors vous êtes venu avec l'un de vos clients ou compagnon sur un POC. Monsieur LAURENT, vous êtes Directeur général du Service immobilier du groupe PICHET. Pouvez-vous nous dire ce qu'est la partie service immobilier du groupe PICHET ? »**
- « Le groupe PICHET est avant tout un acteur en promotion immobilière, sur différents secteurs d'activité : habitation, tertiaire, hôtellerie. Et moi, je dirige l'activité service immobilier sur le pôle habitation. Donc uniquement gestion, copropriété et gestion locative. Et à ce titre-là, ce genre d'innovation où tous les concepts d'innovation nous intéressent puisque notre groupe, comme beaucoup d'autres, est en alerte sur le numérique, sur le virage digital et en attente avec nos clients de tout ce qui peut nous faciliter la vie ou qui permettra de nous offrir une autre vision des services. »
- **« Et du coup, en l'espèce aviez-vous des problèmes de maintenance avec votre ascenseur ? Comment cela se passait-il ? »**
- « Notre responsabilité en tant que gestionnaire c'est évidemment d'avoir le meilleur service et de gérer les coûts. Notre sujet fondamental, c'est de se dire : comment répondons-nous le mieux à cette question aujourd'hui avec le digital ? Et le constat que nous faisons est qu'il ne s'est pas passé grand-chose dans le domaine de l'ascenseur, en particulier depuis 30 ans. Nous sommes toujours avec les mêmes acteurs et nous avons toujours un manque de transparence : des offres peu claires et peu faciles à vendre à nos clients. Notre sujet finalement c'est comment mieux répondre à la demande de nos clients et comment remettre en cause ou en concurrence les différents contrats ?

Donc parmi les contrats, les contrats d'ascenseur. Il faut bien reconnaître que c'est un domaine où l'on a une plus-value assez limitée jusqu'à présent. Sauf, à se dire que l'on peut aborder le domaine avec une vraie disruption et c'est ça que je trouvais intéressant. Nous allons avoir une offre différenciée et différenciante et nous nous devons de la proposer au client. »

- **« Qu'avez-vous mis en place ensemble ? Il y a combien de temps ? Que cela a-t-il donné ? Racontez-nous cela. »**
- « Alors c'est encore un peu tôt pour parler de ce que cela va donner. Nous nous projetons évidemment sur le long terme. Les premières initiatives sont un POC ou un pilote. Nous sommes au démarrage de cette proposition de gérer les coûts de maintenance et surtout la communication de manière différente. En effet, en tant que gestionnaire, nous avons la lourde tâche de rendre compte de la gestion que nous faisons et ce n'est pas toujours ce que nous faisons le mieux. Nous attendons la même chose des prestataires avec lesquels nous travaillons. C'est pour cela que nous avons commencé à faire une véritable offre de services différenciante, plus dynamique et plus moderne. L'objectif est de répondre aux attentes fondamentales du client en termes de maîtrise des coûts et de certitude que le service pour lequel il paye est bien réalisé. Ceci représente un point qui n'était pas vraiment traité jusqu'à présent dans le domaine de l'ascenseur. »
- **« Avez-vous justement un certain nombre de « main tricks » pour estimer l'opération. Est-il trop tôt ? Qu'attendez-vous ? »**
- « Le pilote est en cours avec plusieurs clients. Sans rentrer dans le détail du chiffre, nous voyons une tendance de fond sur la rapidité d'exécution et la capacité de rendre une information en temps réel à une personne qui aujourd'hui n'a pas d'informations.
  - Le premier « metrics » que nous regardons c'est la « specificness », l'adhésion du client. La création d'un compte prend 3 minutes, il suffit ensuite de poster une offre pour demander à un technicien d'intervenir, il fait une pré visite de maintenance et ça arrive en direct sur le client. Cela crée déjà une première approche en se disant que cela ressemble à ce que j'ai l'habitude d'utiliser dans d'autres activités. Donc nous mesurons vraiment la capacité de réactivité du service.
  - La deuxième chose que nous regardons c'est la conversion. La rapidité du service permet-elle aujourd'hui une conversion plus intéressante ? Actuellement, par rapport à une maintenance classique, nous sommes sur un taux de conversion d'appareils qui, en termes de rapidité et de nombre, est entre 2,5 et 3 fois plus élevé que ce que peut faire une société classique. Et nous attendons encore plus de la communauté que l'on crée. Comme évoqué, les techniciens de maintenance doivent avoir eux aussi cette capacité à devenir indépendants et à être eux-mêmes générateur de business sur la plateforme. Nous sommes dans une logique où nous créons un cercle vertueux. »
- **« Je ne suis pas un spécialiste de votre marché mais j'ai déjà entendu parler du fameux cartel des ascensoristes comme on en retrouve dans certaines corporations. Allez-vous avoir suffisamment de personnes dans votre plateforme pour remplir les missions ? »**
- « Pour être transparent, c'était une crainte. Il peut sembler compliquer de créer une communauté de personnes salariées aujourd'hui et indépendantes demain. Nous avons donc toute une équipe de partenaires qui nous aident là-dessus. »

Aujourd'hui, pour ce qui est du supply, au travers des personnes que nous avons contactées, 70% répondent présents. Nous essayons même de freiner la création de la communauté car il y a trop de *supply* par rapport à la *demand*. Donc nous constatons aujourd'hui, même si cela peut changer, un vrai engouement.

Par contre, ce qui est certain, c'est que personne ne sait si les modèles de plateforme seront l'avenir. Nous sommes dans une phase de transition technologique. En deux ans, nous avons créé autant de data que dans l'ensemble de l'histoire de l'humanité. Donc ce genre de chose fait qu'effectivement nous sommes en face d'une gigantesque transformation. La question est : comment l'abordons-nous ?

Et cela est très intéressant parce qu'en effet, la digitalisation, ce n'est pas simplement faire une plateforme et faire en sorte qu'elle fonctionne. C'est aussi de faire en sorte que le business modèle qui est derrière soit adaptable à la personne qui crée la valeur. Et que, la technologie et le digital servent la chaîne de valeur en priorité. »

- **« Super ! Nous aimons bien les plateformes mais à une condition c'est qu'elles répondent au téléphone surtout en B to B. Dites-nous quelques mots de votre équipe. »**
- L'équipe est ici. Les trois co-fondateurs sont là. Nous avons Tristan qui est le « geek » de l'équipe, notre CTO. Nous sommes principalement une équipe Tech qui fait le développement de l'ensemble de la solution et de la plateforme. Nous avons Jade qui est notre CEO avec des compétences très complémentaires juridiquement. Nous avons Anthony qui est en charge de tout le développement commercial. Nous avons aussi six autres personnes qui sont essentiellement sur la partie développement. Et nous avons enfin, un support technique métier parce que c'est important, notamment pour les clients du secteur tertiaire.

Egalement, pour les clients tertiaires, nous avons un support commercial et un support technique qui vient nous aider à répondre au téléphone.

- **« Merci, j'ouvre officiellement la période des questions. »**
- « Pascal MORET, AIR FRANCE : Je n'ai pas bien compris. WEMAINTEIN, c'est opérationnel ou ça va l'être ? »
- « Oui, c'est opérationnel, nous avons fait un pilote avec des clients triés sur le volet et nous ouvrons officiellement le site internet, sur « [www.wemaintain.io](http://www.wemaintain.io) » à compter des prochaines semaines et vous pourrez vous enregistrer directement. »
- **« Nous allons mettre de l'intelligence artificielle dans la maintenance des ascenseurs ? Qu'en dites-vous ? Il y a un business croisé à créer là. »**

Frédéric GAGNAIRE :

- « Je pense que ce serait une excellente idée. Je pense déjà que c'est intéressant pour le métier du facility management. Nous voyons bien que nous sommes sur un métier de contact, nous sommes sur des compétences qui sont irremplaçables. Nous, avec l'intelligence artificielle, notre valeur ajoutée est d'optimiser les opérations. Je pense que dans vos métiers, vous êtes plus sur la réactivité, offrir d'autres alternatives à l'utilisateur. Mais je pense en effet, qu'il y a beaucoup de synergie dans tout ce que nous faisons. »

Benoît DUPON :

- « Sur ce point comme je disais, nous réfléchissons sérieusement à ces modes d'intégration. Il y a au-delà effectivement du changement de modèle des possibilités très intéressantes. Et l'intelligence artificielle c'est pour nous une logique qui nous permettra d'être en mesure d'apporter une qualité de service supplémentaire.

Par exemple, en temps réel, nous mesurons ce qui se passe sur un appareil, la personne qui est en face reçoit une information, va sur un site, prend une photo d'une pièce qu'elle ne connaît pas ou qu'elle ne sait pas remplacer. Nos algorithmes cherchent de l'information dans notre base de données pour lui transmettre en temps réel une capacité de gestion avec de la réalité augmentée pour gérer une panne à distance. Donc ça c'est un point qui est à mon avis à explorer et l'intelligence artificielle en fera clairement partie. »

Yves GARAGNON :

- « Si je peux ajouter un petit complément sur les usages. Dans cette dimension d'analyse des données, c'est la phase d'apprentissage des systèmes qui est passionnante et assez fascinante. En effet, ces systèmes d'intelligence qui arrivent progressivement à apprendre des choses, ont maintenant la capacité à prédire en fonction de la nature des questions qui sont posées, du nombre de documents qui sont consultés, de la façon dont la combinaison de documents et de questions remonte, arrivent vraiment à donner un scoring en disant : a priori c'est vraiment celui-là qui est intéressé. C'est une information complémentaire cruciale qui permet à la personne en charge d'avoir un temps d'avance dans la négociation. »

Compte-rendu rédigé par Elodie BURGGRAVE et Ludovic FERRO, étudiant au DESUP Paris 1 Panthéon – Sorbonne / Promotion 2017 – 2018