

## CYBERSECURITÉ : LES DÉFIS DE 2020 LA CYBER-ASSURANCE DÉCOLLE P.4

L'application  
auto-entrepreneur  
de l'ACOSS



## LES 13 CHAMPIONS de la TRANSFORMATION NUMÉRIQUE P.57



ADP, Acooss (Urssaf), Beneteau,  
CHU /Samu de Poitiers, Ambulances de Poitiers  
Chargeurs/Amédée Paris, HBF, IN Groupe, Labeyrie,  
Luxhub, Manutan, Sixense, Smeg

## SOCIÉTÉS DE SERVICES : LES ESN, LEVIERS DE LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE DES ENTREPRISES P.42



## CocoriCloud

## Le retour du Cloud souverain ?

Les atouts des hébergeurs hexagonaux

P.22



Thésée Datacenter lance son campus,  
Tier IV, efficient et 100% français  
Livraison en mars 2021

# Groupe HBF, du négoce à la conception de solutions connectées

Le Groupe HBF, spécialisé dans la conception et distribution de matériel électrique, a décidé de tirer profit des nouvelles technologies en menant un projet de transformation digitale de grande ampleur. Le déploiement des solutions Microsoft a déjà permis au groupe de développer des nouveaux services à valeur ajoutée et de sortir de la vente de produits qui constituait l'historique de l'entreprise, pour s'axer vers une vente d'offre de services à revenus récurrents.



© HBF



L'ETI toulousaine est née en 1996. Elle compte 230 collaborateurs, à travers ses 6 filiales, et propose un catalogue de 6 000 références produits, sous ses propres marques ou celles de distributeurs. Ce spécialiste de la conception et distribution de matériel électrique en France et à l'étranger est présent à travers quatre domaines d'activité : la domotique et la sécurité, l'éclairage et la décoration, l'équipement électrique et les objets connectés. Il réalise des ventes en BtBtC (grandes surfaces de bricolage, alimentaires et spécialistes) et en BtC, via des market places et son propre site enexo.com.

## La création d'une Direction des Technologies et de l'Innovation

« Nous avons un besoin avéré de transformation numérique, d'une part pour accompagner nos ambitions de croissance et, d'autre part, parce que nous avons atteint une taille critique, avec des outils qui n'étaient pas adaptés aux évolutions technologiques », explique **Elodie Hernandez**, directrice de la communication de HBF.



© HBF

» Elodie Hernandez

Il y a 4 ans, HBF crée sa Direction des Technologies et de l'Innovation, qui se compose d'une quinzaine de collaborateurs à l'échelle du groupe. Cette DTI se charge à la fois du SI, de la recherche et développements produits, du déve-

loppement de nouveaux business et des services numériques associés. Elle englobe notamment les compétences suivantes : « design produits, ingénierie hardware et software, data analystes, UX/UI designers, experts SI », comme le précise **Sébastien Saffon**, directeur des Technologies et de l'Innovation de HBF.

Le schéma directeur digital, posé à l'époque pour les 5 années à venir, passe par plusieurs axes, épaulé par un investissement de 1,5 million d'euros, à commencer par la mise en place d'outils collaboratifs en interne.

« Nous avons basculé sur la solution Microsoft Office 365 avec des outils comme Sharepoint et Teams, explique **Elodie Hernandez**, afin de rendre les équipes plus productives et proactives ».

Un basculement vers un travail en

## « HBF se fixe pour objectif de déployer 1 million d'objets connectés en 2020. » **Elodie Hernandez**

mode projet, dont Teams est le fer de lance, et auquel les 160 collaborateurs en France participent. « Les possibilités offertes par l'outil Microsoft vont nous permettre d'étendre ce déploiement à nos filiales, en Pologne, en Espagne et en Asie ». Autre changement, celui de l'ERP, par Dynamics 365 Finance and Operation en mode SaaS, décidé il y a 3 ans, et qui va aboutir dans les semaines qui viennent. Il va soutenir les activités opérationnelles et financières de l'entreprise. « La solution

Microsoft nous propose un socle capable de nous accompagner dans les évolutions du groupe dans les années à venir », se réjouit **Sébastien Saffon**. Dès l'ERP déployé, la mise en place d'un CRM suivra pour permettre de gérer l'avant, le pendant et l'après-vente. Cette nouvelle brique offrira à HBF une vision à 360° de ses clients à travers notamment la création de fiches clients et la possibilité de qualifier les leads. Autant d'options qui permettront à l'entreprise de renforcer l'unification de son équipe commerciale à l'international à travers l'usage d'un portail commun.

Pour faire de ce projet un succès, le Groupe HBF a transformé les usages des collaborateurs en interne en leur proposant un véritable accompa-



» Sébastien Saffon

© HBF

gnement vers ces nouveaux outils. Un travail essentiel, comme le précise **Sébastien Saffon** : « L'humain est le plus gros challenge dans ces gros projets de transformation. C'est un travail au quotidien ». Cet apprentissage est également exercé en autonomie par un certain nombre de collaborateurs, grâce au côté intuitif des solutions mises en place. Dans cette même démarche, HBF a renforcé ses équipes par le biais de plusieurs recrutements afin d'apporter de nouvelles compétences



> Surikat est une prise qui alerte des coupures de courant par notification sur smartphone. C'est un produit entièrement conçu et développé par les équipes en France, à l'issue d'un concours innovation interne. Il fait partie du programme OtioHome, nouvelle gamme d'objets connectés pour la maison et qui s'appuie sur le socle Azure de Microsoft.

adaptées aux nouvelles solutions déployées et à ses objectifs de développement.

### Otio Home objets connectés et services

HBF transforme également sa proposition business. Accompagné par la société de conseil et d'intégration Ai<sup>3</sup> pour sa nouvelle plateforme Otio Home, univers de la maison connectée où l'on peut piloter les objets électriques et électroniques grâce à une télécommande, un smartphone ou un assistant vocal, il se repose sur Azure IoT. Cette plateforme vise à connecter les appa-

reils des clients Otio et va apporter dans les mois à venir, une couche d'intelligence artificielle et de services à l'ensemble des foyers européens. Le mode SaaS de la solution permet également à HBF de disposer d'une base solide pour se laisser la possibilité de développer, par la suite, des applications spécifiques adaptées aux besoins de nouveaux marchés. *« Le choix de s'appuyer sur Microsoft était clair et limpide dès le début, car il s'agit d'une solution stable et évolutive. Les données sont hébergées en France de façon sécurisée, ce qui représente un argument commercial »,* souligne Elodie Hernandez. La plateforme Azure IoT a notamment permis au groupe de faciliter

la connexion, la surveillance et la gestion à grande échelle des ressources IoT de façon scalable et sécurisée. Grâce à cette solution, HBF a également pu se réorienter et se développer sur de nouveaux marchés tels que la « silver economy » ou le « smart building ». Azure IoT leur permet aujourd'hui d'entreprendre de nouveaux projets sur des terrains auparavant inexplorés tel que « Smart Grid Marina & Camping ». Ce projet, sous financement de la région Occitanie, mené à Port Camargue, deuxième plus grand port de plaisance au monde, a notamment permis d'en maîtriser la consommation énergétique avec un système de comptage intelligent des consommations de chaque bateau.

Sébastien Saffon évoque les évolutions à venir sur les prochaines années : refonte de la relation clients et du call center, digitalisation de la supply chain jusque dans l'entrepôt, valorisation de la data, plateforme de services digitaux, dématérialisation des processus et intensification du travail collaboratif. ■

**« L'humain est le plus gros challenge dans ces gros projets de transformation. C'est un travail au quotidien. »** Sébastien Saffon



> Les équipes de HBF France