



Chrysalide

powered by PAY-BACK group

« Smart management des frais généraux : l'intelligence artificielle au service des directions financières. »

Intervenants :

Gautier GERMAINE – Directeur Administratif et Financier, MCI SAS

Mathias DIEVART – Executive Vice-President, Pay-Back

Anthony CROWTHER – Datascientist, Chrysalide

Stéphane GERMAIN de MONTAUZAN – Directeur Administratif & Financier – Direction Technique, Auchan Retail France

Nicolas LEPYCOUCHE – Directeur Achats, Groupe Action

Il était une fois...



Le ralentissement de l'économie, subi depuis plusieurs années, sur la plupart des marchés, complique la mise en œuvre de relais de croissance.

Cette situation vous oblige à chercher de la rentabilité dans les moindres détails de votre organisation.

Vous devez appréhender de nouveaux sujets et faire face à l'évolution de votre écosystème pour améliorer la marge de votre entreprise par exemple.

Les enjeux de votre marché : « Identifier de nouvelles sources de rentabilité et de développement ».

Les frais généraux font partie du potentiel pour réussir vos objectifs !

Beaucoup d'approches silotées existent aujourd'hui, mais pour vous il est important d'appréhender l'analyse transversale des masses financières concernées, liées aux usages, pour pouvoir travailler sur le passé, le présent et le futur !

Il faut pouvoir combiner expertises métier et intelligence artificielle, pour vous permettre de générer du résultat mais surtout d'anticiper l'avenir tout en sauvegardant l'esprit social de l'entreprise !

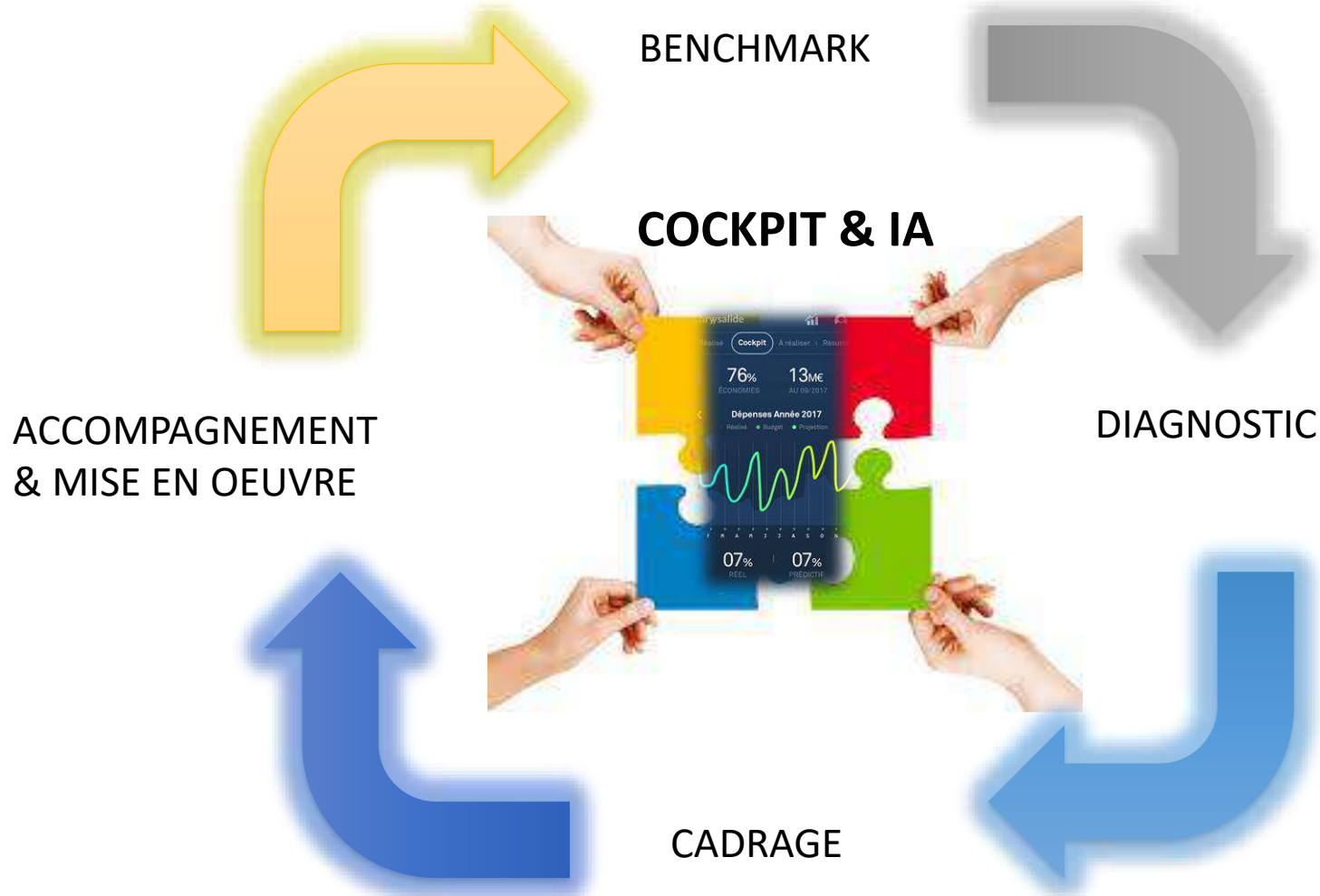
Chrysalide est une démarche de smart management des frais généraux. Après un diagnostic tridimensionnel (Datas, hommes et processus) nous proposons de mettre en œuvre un plan d'actions opérationnel et stratégique qui vise à mieux acheter, mieux consommer et piloter en vue d'optimiser les budgets en cours, mais surtout d'anticiper les futurs !

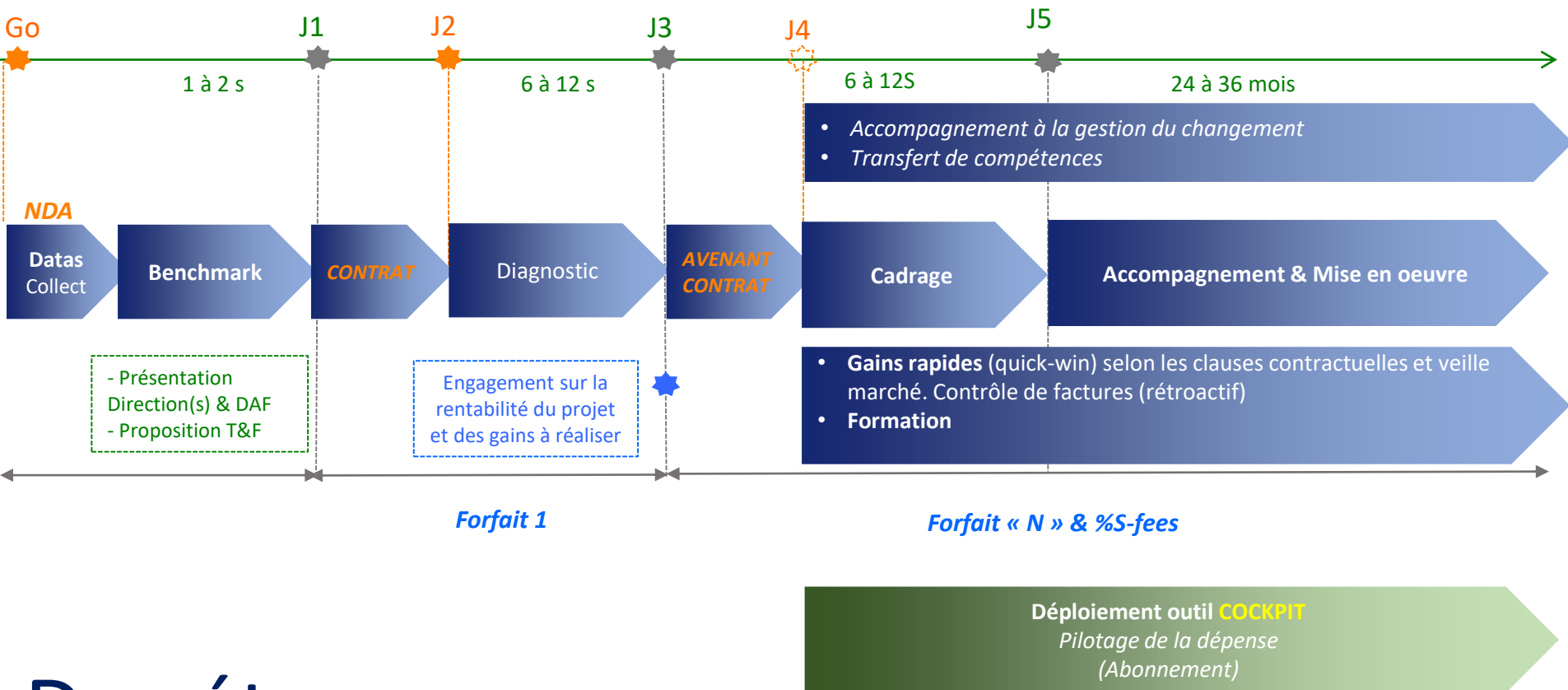
Une approche coût complet qui dénote dans le paysage « cost killer ».

Chrysalide a choisi de combiner une approche qui allie un savoir-faire BIG DATA prédictif avec de l'analyse métier provenant d'experts reconnus sur le marché.

Ces croisements d'informations de gestion avec des données externes à l'organisation permettent donc d'affiner la prédiction des budgets, de générer des économies de consommation et de fonctionnement tout en permettant de piloter ses dépenses sans mauvaise surprise.

Une Démarche !





Des étapes

Pourquoi aujourd'hui ici...





49
agences
et
antennes



178
Millions
d'euros de
CA



60
ans
d'existence



12 000 clients nous ont fait confiance

1 100 collaborateurs dont 800 techniciens



Témoignages...





Action Distributie B.V.

- Société néerlandaise fondée en 1993
- Retailer non-food discount, propriété de 3i (depuis 2011)
- 1058 magasins en Europe (NL, BE, LU, GE, FR, AU & PO)
- € 3,5 M de CA et croissance de 30%
- 280 - 300 ouvertures de magasins + 2 / 3 DC's par an



Enjeux

- **Périmètre de responsabilité**
 - € 700 m achats indirects en 2017 ; € 1,5 M en 2022
 - Supply chain, IT, Marketing, RH, frais fonctionnement...
 - Reporting au CFO
- **Contexte & objectifs**
 - Passer de l'opérationnel au stratégique
 - Accompagner la croissance + Optimiser les coûts
- **Problématiques & enjeux**
 - Pratiques → Règles → Processus → Outils
 - Retail = achats marchands, comment influencer / impacter le business ?
 - La maîtrise de la data est absolument clé : analyse des dépenses, suivi des écos (dans le P&L), monitoring des coûts et de leurs évolutions, gestion des consommations...



Apports de



- Données qualifiées, fiables et détaillées
 - Retraitement des données factures (segmentation, allocation, regroupement fournisseurs...)
 - Accès aux composantes détaillées de facturation : unités d'œuvre, volumétrie, conditions, centres de coûts...
- Les gains attendus
 - Vérification de la bonne application des accords
 - Maîtrise des consommations
 - Contrôle des facturations
 - Aide à construction budgétaire (prédictabilité des dépenses)
 - Identification de postes d'économies complémentaires

Auchan | RETAIL FRANCE

Un commerçant

nouvelle génération

20 milliards d'euros de chiffre d'affaires ttc en 2016,
73 020 collaborateurs,
751 Magasins, drives ou sites marchands en France,
447,5 millions de visites, en magasins, drives et sur nos sites marchands en 2016,
58 entrepôts ou sites logistiques et 11 centres de réparation,
une centrale d'achats – **Eurauchan** – avec **20** Partenaires & Mandants

Auchan RETAIL France un projet de marque unique MultiCanal

Faire d'Auchan une **marque unique connectée et responsable**, pour satisfaire un **client unique, omnicanal et connecté**, qui veut retrouver dans tous les formats de commerce les forces reconnues de la marque Auchan - qualité, choix, prix, service, professionnalisme.

Auchan | RETAIL FRANCE

3 GRANDS METIERS ...

... qui s'inscrivent tout au long de la vie d'un projet.

DIRECTION TECHNIQUE

AUCHAN RETAIL France - IMMOCHAN

LES
ÉTAPES



1. PRÉPARER
2. LANCER
3. RÉALISER
4. EXPLOITER

EXPLOITER

EXPLOITANT
TECHNIQUE



Construire nos nouveaux sites.



Être garants de la pérennité de notre patrimoine immobilier en optimisant tant l'entretien préventif que curatif.



Piloter nos opérations de remodeling sur les sites existants.

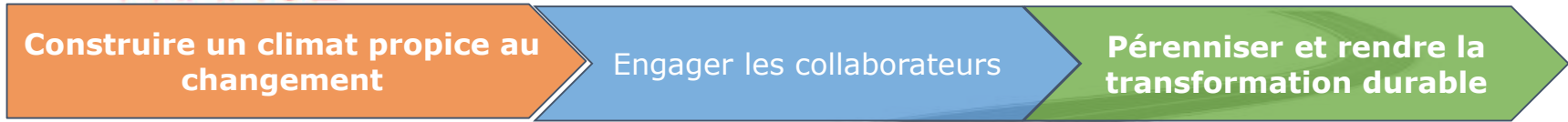


Être garants de la mise aux normes des installations et en optimiser les coûts.

Auchan | RETAIL
FRANCE



Retour d'expérience :
pour les Hyper

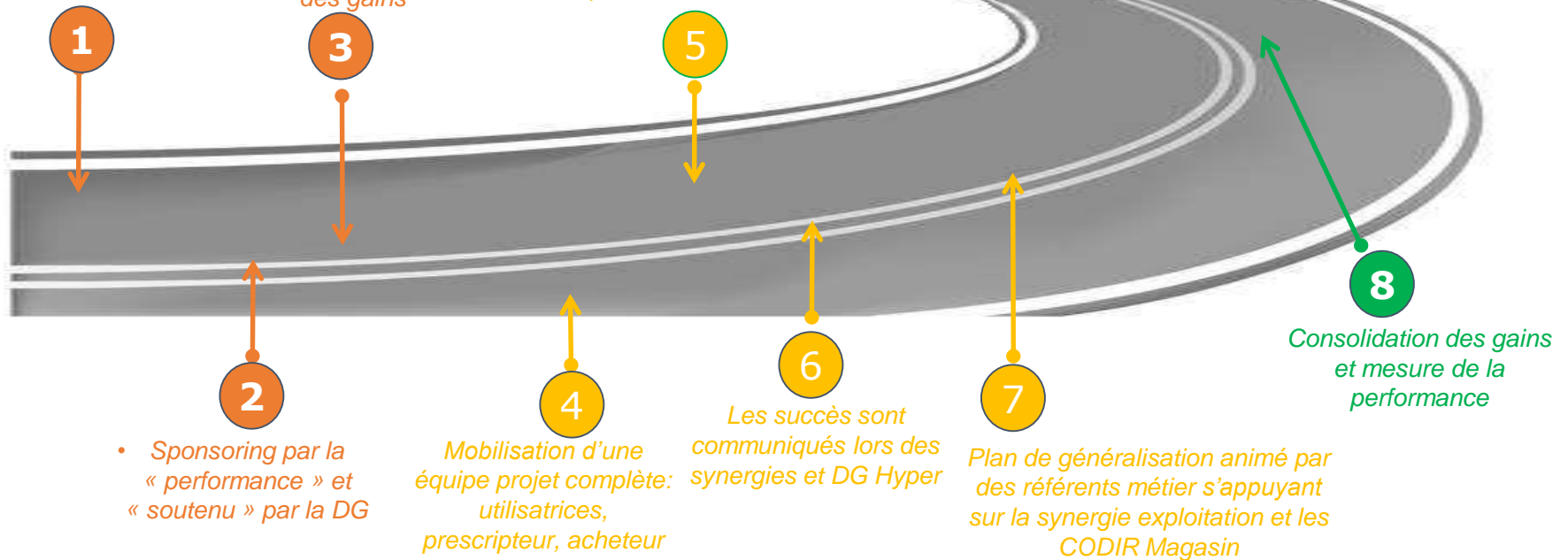


Groupe de Travail qui
identifie un potentiel de
gains annuels / Thèmes

Cadrage du projet
Planning – Prévion
des gains

▪ Définition d'un
cahier des besoins
optimisés / thèmes

9 Pérennisation à
travers des mises à
jour du cahier des
bonnes pratiques /
thèmes



Et Demain...



Et Demain...


CE QUE L'IA

peut apporter aux
directions financières

BUDGETS

DEMAND PLANNING

POTENTIEL

directions financières

Et Demain...

PROBLÉMATIQUE

RÉALISER LA CAMPAGNE BUDGÉTAIRE 2018

Une campagne de préparation budgétaire
pour des centaines de points de vente
à 2 objectifs :



BUDGETS

RESULTAT

Un budget **fiable** pour se
concentrer sur l'**action**.

Et Demain...

PROBLÉMATIQUE

ANTICIPER LA DEMANDE

La gestion de la production en usine vise :



RESULTAT

Un cycle de production
plus efficient et
moins de pénalités
financières.

DEMAND PLANNING

INGRÉDIENTS



CRM



Supply



Intelligence artificielle de prédiction



Planning



Com



Simulateur de comportements

Et Demain...

Prédire

Imiter

Comprendre

données images textes

POTENTIEL