



F O N T A I N E

C O N S U L T A N T S

DEPUIS 15 ANS, FONTAINE CONSULTANTS VOUS ACCOMPAGNE POUR
MAÎTRISER VOS SYSTÈMES D'INFORMATION
ET RÉUSSIR VOTRE TRANSFORMATION NUMÉRIQUE.



WHEN *IT* MATTERS

Fontaine Consultants
156 boulevard Haussmann
75 008 Paris - France

+33(0)1 58 14 09 69
info@fontaine-consultants.fr
www.fontaine-consultants.fr



FONTAINE Consultants

156, boulevard Haussmann

75008 Paris

Tél. : 01 58 14 09 69

www.fontaine-consultants.fr

Création	2001 SAS au capital de 120 000 €
Actionnariat	D. Gelrubin 64 %, T. Midon 20 % B. Mazoyer 5 %, 8 salariés 11 %
Associés	David Gelrubin, président Bernard Mazoyer, DG Thibaut Midon, DG
Effectif	28 consultants
CA	4,8 M€ SYNTEC, Label Valorisation des compétences de Syntec, ISO 16114

Conseil en systèmes d'information

- Stratégie numérique
- Programme de transformation
- Performance de la fonction SI

Notre opinion

A une époque où l'informatique et les technologies de la communication sont omniprésentes, on pourrait s'attendre à ce que les conseils dans ce domaine soient pléthore. C'est loin d'être le cas, en tout cas pour le conseil indépendant et spécialisé. Les SSII et grands intégrateurs maîtrisent très bien ces sujets, mais vendent toutes sortes de prestations hors conseil (des « solutions », de l'intégration de systèmes, de l'outsourcing...), et sont donc juge et partie. Quant aux cabinets indépendants, stratèges compris, ce ne

sont pas des spécialistes du sujet.

C'est précisément à partir de ce double constat que Fontaine Consultants a choisi son positionnement. « Nous sommes un Ovni sur le marché du conseil, estime David Gelrubin, le président. Nous faisons du conseil en management, mais appliqué au monde de l'informatique et du numérique ». Donc pas d'assistance à la rédaction de spécification fonctionnelle détaillée, de recette d'applications, de formation...

Le cabinet présente ses activités selon trois grandes offres.

Tout d'abord la stratégie numérique. Il est peut-être le seul cabinet de la place à ne pas employer le terme digital! « Il est trop restrictif, trop axé sur la relation clients. Nos interventions touchent aussi les fournisseurs et partenaires de l'entreprise, et en interne les employés ». Fontaine Consultants travaille bien sûr sur la relation client, le « parcours client », les nouveaux usages. Mais aussi sur les processus de l'entreprise pour qu'elle devienne plus numérique. Il a à son actif une cinquantaine de schémas directeurs d'évolution des SI, qui englobe parfois les fournisseurs. C'est ainsi que le cabinet a participé au programme BoostAeroSpace, une plateforme numérique aéronautique européenne, créée par Airbus, Dassault Aviation, Safran et Thales, et destinée à mettre en rapport tous les fournisseurs de ces entreprises. Il a participé aux projets de transformation digitale d'Accor, de la SNCF (la digitalisation des gares), de la MGEN (la mutuelle de l'Education Nationale), l'élaboration du plan numérique pour le Conseil National des Barreaux...

Deuxième offre: les programmes de transformation, pour leur partie SI, et leurs conséquences sur l'organisation, les métiers. Exemples: la régionalisation des Urssaf. « Nous avons, en trois vagues annuelles, fait basculer les SI d'un échelon départemental à un échelon régional. Et ce sans un seul jour d'arrêt ». Il a aussi accompagné la MSA (la Mutuelle Sociale Agricole, qui emploie 17 000 personnes) dans son passage au multicanal.

Troisième offre, plus classique, la performance de la fonction SI: alignement du SI sur la stratégie, gouvernance et organisation de la fonction, marketing et catalogue de services, stratégie de sourcing, mutualisation des infrastructures, sourcing et partenariats, etc.

Les clients de Fontaine Consultants sont historiquement des entreprises publiques ou anciennement publiques, réputées lourdes à manier.

Sectoriellement, sont aujourd'hui très représentés le domaine social et santé (le ministère de la Santé, les organismes sociaux - Cnam, Cnav et Acoff, MSA), l'assurance-mutualité-institutions de prévoyance (Malakoff Médéric, MGEN, Istya), la formation professionnelle (Fongecif, FPSPP, FAFTT, DGEMP), les transports (SNCF, RATP, Stif, Transdev), l'énergie (Total), les services (Accor, La Poste), l'industrie (Michelin, Lafarge).

Comment une structure de taille modeste peut être à la pointe sur ces sujets nombreux et en constante évolution? « Nous investissons beaucoup dans la R&D et la formation, avec tous les lundis matin deux heures consacrées à de l'échange d'expériences, avec l'apport d'experts extérieurs, de la veille technologique... En 2012 nous avons beaucoup travaillé sur l'entreprise numérique, en 2013 sur le big data, le déploiement de grands projets informatiques (curieusement il n'existe pas de référentiel dans ce domaine), la transformation de la relation client et l'infrastructure et la supply chain en 2014 » répond David Gelrubin, qui ajoute « le plus difficile n'est pas de connaître et choisir les innovations, mais de les connecter à l'existant dans une grande organisation ». Le rôle du cabinet est alors de relier entre elles les différentes informatiques de l'entreprise: l'informatique historique avec ses grands mainframes, le monde nouveau du numérique (l'informatique collaborative, le cloud computing...) et l'informatique du client (l'e-commerce, le multicanal...). Et d'impliquer et rapprocher les services concernés: la DSI, la direction de l'innovation, le marketing...

Le cabinet pratique uniquement la tarification au forfait, et ne sous-traite pratiquement pas.

Pour résumer, trois arguments: indépendance, spécialisation, positionnement sur le conseil à haute valeur ajoutée.

Ce qu'atteste son rapport CA/consultant, de l'ordre de 170 K€, supérieur à bien des cabinets « technologiques ».

Le chiffre d'affaires a fait un bond de 16 % en 2013, pour se tasser un peu l'année suivante (- 4 %). « Nous préférons rester sur le haut de la chaîne de valeur, plutôt que faire du volume » conclut le président.

Recrutement, carrière et organisation interne

Fontaine Consultants recrute ... à la mesure de sa taille. 6-7 consultants par an. Des consultants ayant 2 à 6 ans d'expérience, pour ¼ des jeunes diplômés, qu'il forme à ses méthodes. Les ingénieurs dominent (souvent des Supélec ou des UTC, comme les associés).

Le cabinet a connu un passage de relais fin 2009, avec le retrait de son fondateur Bruno Fontaine (62 ans), qui a laissé la place au jeune David Gelrubin (33 ans à l'époque).

La société prône la participation et la transparence.

Participation: chacun a un rôle de management: le développement commercial, la capitalisation des connaissances, la communication, la qualité, le recrutement (« les jeunes sont meilleurs pour ça qu'un DRH, car on ne leur raconte pas n'importe quoi; ils sont très sélectifs »). Un nouveau comité des associés réunit les partners tous les trimestres. Le capital est assez ouvert, même si le président est majoritaire. « Mais nous allons ouvrir davantage le partnership » annonce-t-il.

Transparence: tous les salariés ont accès aux données de gestion (les missions en cours et à venir, le staffing, les résultats...). Un rapport annuel, comprenant les réalisations de l'année mais aussi tous les comptes, est envoyé aux clients et prospects (dans une profession où encore beaucoup de structures ne déposent pas leurs comptes au greffe!). « C'est par la transparence que nous pouvons justifier nos tarifs, et impliquer en interne les équipes » estime le souriant président. Deux séminaires par an, dont un à l'étranger, est l'occasion de réfléchir à l'avenir de la société.

Matériellement, les bureaux sont élégants et clairs, dans le VIII^e arrondissement.

En pratique

Références

Liste détaillée et vérifiable
20 clients réguliers

Tarifs

De 900 € (consultant junior) à 2 500 € (associé dirigeant)

Recrutement

Nombre: 7 en 2015

Profil: double formation ingénieur/commerce

Contact recrutement: Pierre Gedalge (jobs@fontaine-consultants.fr)

Contact commercial

Les associés