



A Propos de Air Liquide

Siège de l'entreprise :
Paris, France

Nombre d'employés :
130 filiales comprenant 30 800
employés dans plus de 65 pays

Domaines d'activité :
Les gaz industriels et médicaux

Service WebEx utilisé :
Meeting Center

Client WebEx depuis :
Juillet 2002

Air Liquide Facilite la Collaboration et la Communication Internationales de ses Collaborateurs Grâce à WebEx

Spécialisé dans les gaz industriels et médicaux et les services associés depuis plus de 100 ans, Air Liquide allie aujourd'hui les ressources et les compétences d'un groupe mondial à une très forte présence locale, assurée dans plus de 65 pays par les équipes de ses 130 filiales. A la pointe de l'innovation dans son domaine avec à ce jour 6 300 brevets déposés et 1 800 inventions, le groupe fournit de l'oxygène, de l'azote, de l'hydrogène et beaucoup d'autres gaz ainsi que des services à la plupart des secteurs industriels (métallurgie, raffinage, chimie, verrerie, électronique, papier, alimentaire et aéronautique) et aux professionnels de la santé. En 2002, les 30 800 collaborateurs que compte le groupe lui ont permis de réaliser un chiffre d'affaires de 7,9 milliards d'euros.

Le Défi

Air Liquide a toujours privilégié l'autonomie de ses filiales, garante d'un service optimal aux clients, et cherché à mettre à profit les technologies d'information et de communications innovantes pour assurer la cohésion et la collaboration de ses équipes au niveau international. « Dans un groupe décentralisé comme le nôtre, les technologies Web ont rapidement été perçues comme une opportunité de travailler mieux et d'amoindrir l'impact de l'éloignement géographique, » souligne Jean-François Pettrignani, Responsable e-business du projet intranet/internet. « La contrepartie de notre modèle décentralisé a été une prolifération d'initiatives – forums de discussion et intranets, puis portails et visioconférence – qui présentaient l'inconvénient majeur de ne pas être liées entre elles et de finir, de ce fait, par être contre-productives. »

En 2000, afin de remédier à cette situation, Air Liquide met en place une équipe dédiée, rattachée à la Direction Générale, chargée de fédérer les orientations et initiatives e-business du Groupe. « L'e-learning a été un de nos premiers angles d'attaque mais très vite nous avons été amenés à réfléchir à un outil collaboratif que tout le monde pourrait utiliser, qui faciliterait la communication interne et l'accès aux compétences et qui permettrait de réduire le nombre et les coûts de déplacements, » poursuit J. F. Pettrignani. Les événements du 11 septembre 2001 accélèrent la recherche de solution en révélant les risques auxquels sont potentiellement exposés les collaborateurs voyageant fréquemment. De plus, l'augmentation des contrôles et mesures de sécurité consécutive à ces attentats rend les déplacements de plus en plus difficiles. Aidée par un consultant externe, l'équipe e-business conclut à la nécessité de déployer une solution de réunions en ligne permettant de dépasser ces nouvelles contraintes. La solution recherchée devra faciliter la communication à l'échelle du groupe, sans limitation géographique ; accroître l'interactivité des équipes ; être simple à utiliser (pas de réservation de salles virtuelles, pas de contorsion devant la caméra) ; offrir toutes les garanties de sécurité et de rapidité des flux ; et enfin permettre un déploiement et une adoption rapides à grande échelle.



« L'utilisation de WebEx est aussi simple qu'un appel téléphonique, mais beaucoup plus efficace car la dimension visuelle est ajoutée. Vous n'avez plus à prévoir vos meetings longtemps à l'avance : pendant votre conversation, votre interlocuteur peut facilement créer une réunion et inviter d'autres collaborateurs - vous pouvez aussi très simplement travailler sur un document ensemble. Personnellement, c'est devenu un réflexe. »

Jean-François Petrigani
E-business Manager – Projets Intranet
Air Liquide

La Solution

Sur la base de ces critères, Air Liquide étudie les solutions de cinq fournisseurs et sélectionne mi-2002 les services de conférence Web de WebEx. Pour J.F. Petrigani, « WebEx présentait une solution complète et sécurisée offrant de multiples avantages techniques et opérationnels : tout d'abord, la plate-forme WebEx est indépendante du système d'exploitation des utilisateurs et la mise en œuvre du service ne nécessite aucune installation de logiciel sur les postes de travail. Ce dernier point signifie en outre que des personnes extérieures à l'entreprise, en particulier des clients et des fournisseurs, peuvent prendre part à une réunion en ligne dès lors qu'ils disposent d'une ligne téléphonique et d'un ordinateur connecté à Internet. » Le nombre illimité d'utilisateurs, le partage spontané de documents de tous types sans téléchargement préalable étaient des points forts supplémentaires.

L'utilisation de WebEx chez Air Liquide a commencé par une phase pilote qui s'est déroulée de juillet 2002 à février 2003. Plus que de valider la solution sur le plan fonctionnel, l'objectif était de tester son acceptation au sein de l'entreprise en s'appuyant sur des utilisateurs clés : les membres de l'équipe e-business, leurs correspondants locaux, les collaborateurs du siège ayant, tels les directeurs marketing, de « l'information à pousser » vers un public géographiquement dispersé. « Avec les premiers utilisateurs du projet pilote, nous avons pu lancer la dynamique et commencer à faire du recours aux réunions Web une nouvelle habitude de travail. Durant la phase pilote, aucun des participants invités à des meetings Web par un des utilisateurs clés n'a émis de critique négative sur le nouveau service et le nombre de réunions et de participants à ces réunions a régulièrement augmenté. Cette acceptation était indispensable pour la suite du projet », dit J.F. Petrigani.

La mise en exploitation du service a débuté en mars 2003, avec la signature d'un contrat cadre mondial. « Cela signifie que 100 personnes, avec ou sans compte WebEx et où qu'elles se trouvent dans le monde, peuvent participer simultanément à des réunions WebEx », précise J.F. Petrigani. Les équipes informatiques ont été formées de façon à assurer le support utilisateur de premier niveau, comme pour n'importe quelle autre application. Pour promouvoir le service, l'équipe e-business a mis sur pied un plan de communication à grande échelle visant dans un premier temps à susciter l'intérêt, informer et former le cœur de cible et, dans un second temps, à fidéliser les utilisateurs.

Une affiche diffusée dans toutes les filiales via le réseau des responsables Communication a largement relayé le message « Demain, invitez 100 personnes dans votre bureau ». L'information a également été diffusée via l'intranet e-business et le webzine interne. L'accès au service a été rendu disponible à partir du portail d'entreprise, accompagné par la mise en ligne du guide de l'utilisateur. Il fallait faire connaître le service d'e-meeting et surtout convaincre les utilisateurs qu'il était simple et pratique. « Air Liquide compte environ 10 000 utilisateurs potentiels de WebEx mais nous avons des priorités : les collaborateurs très éloignés pour qui la communication avec le reste du groupe était souvent difficile et coûteuse. Avec WebEx, ils pouvaient inviter et être invités à des



« Nous avons déjà eu jusqu'à 74 personnes dans la même réunion et nous sommes certains que WebEx peut aller encore plus loin! Air Liquide a également décerné le prix du "meilleur utilisateur" – nous voulions que ce soit la personne responsable des achats de voyages qui s'en charge. »

Jean-François Pettrignani
E-business Manager – Projets Intranet
Air Liquide

réunions pour le seul coût d'un accès local à Internet ; les « gros consommateurs », c'est-à-dire ceux qui voyagent beaucoup ou qui font du « push » d'information ; les formateurs (formés à WebEx via WebEx) ; enfin, les « prescripteurs » que sont les directeurs et, très important, leurs assistantes puisque ce sont généralement elles qui planifient et organisent leurs réunions ! »

En un an, le nombre de comptes actifs ouverts a été multiplié par trois et a dépassé 600 à la fin du mois de décembre. Depuis la mise en exploitation du service, plus de 1000 réunions en ligne ont été organisées. S'il s'agissait principalement au début de meetings de 2 à 3 personnes, les réunions de « push » touchant de 30 à 40 personnes ont commencé à faire leur apparition. « Nous sommes allés jusqu'à 74 participants et savons que la technologie WebEx peut aller bien au-delà ! » remarque J.F. Pettrignani. « Nous avons aussi tenu à récompenser le 'Meilleur utilisateur' : le paradoxe a voulu que ce soit la personne en charge des voyages au sein de la Direction Achats ! »

Les Atouts du Système

Progressivement, les utilisateurs découvrent les avantages et les multiples utilisations possibles des e-meetings WebEx. Le caractère convivial et spontané de la solution est très apprécié. Au fond, dit J.F. Pettrignani, « WebEx, c'est aussi simple qu'un coup de fil mais en beaucoup plus efficace grâce à l'ajout de la dimension visuelle ! Il n'est pas nécessaire de planifier les réunions l'avance : on peut très bien, lors d'une discussion téléphonique, proposer à son interlocuteur d'ouvrir une session pour convier d'autres personnes ou travailler ensemble sur un document. C'est ainsi que nous avons travaillé avec l'agence qui a créé l'affiche de la campagne de promotion interne de WebEx. Personnellement, c'est devenu un réflexe. »

Autre bénéfice, les réunions planifiées à l'avance sont généralement mieux préparées par les intervenants et plus courtes que les réunions « physiques », un gain d'efficacité et de temps d'autant plus apprécié que tout le monde s'épargne la fatigue du déplacement. Il n'y a aucun doute : on est beaucoup plus performant quand on attaque une réunion confortablement installé dans son bureau que quand on a derrière soi 4 heures voire une nuit d'avion, sans parler de l'économie sur les frais de voyages ! En trouvant un créneau horaire judicieux, rien ne s'oppose à ce que des collaborateurs basés en Europe, au Japon et aux Etats-Unis participent à la même réunion.

Mise en place en priorité pour l'interne, la solution WebEx a déjà fait la preuve de sa valeur ajoutée vis-à-vis des clients. Par exemple, raconte J.F. Pettrignani, un de nos experts basé en France a été sollicité pour intervenir d'urgence en Australie auprès d'un client. Il n'avait matériellement pas le temps de se rendre sur place. L'équipe locale s'est déplacée chez le client et a ouvert une session WebEx à laquelle notre expert a pu participer, avec la même efficacité que s'il avait été physiquement présent. Le client a été très impressionné !



« Selon le feedback de nos utilisateurs à propos de leur expérience avec WebEx et les gains de temps et d'argent généré par les meetings en ligne, nous savons déjà que nous achevons un fort retour sur investissement. »

Jean-François Petrignani
E-business Manager – Projets Intranet
Air Liquide

La souplesse fonctionnelle et contractuelle de WebEx est un autre avantage pour le groupe. Air Liquide n'utilise pas toutes les fonctionnalités de WebEx : « Ainsi, pour des raisons de bande passante et de refacturation interne, nous n'avons pas pour l'instant activé l'option Voix sur IP. Nous n'encourageons pas plus l'utilisation des Webcams. J'y ai recours personnellement dans les premières minutes d'une réunion avec des interlocuteurs que je n'ai jamais rencontré. Cela leur permet de mettre un visage sur mon nom mais la réunion se poursuit sans caméra. L'autre point très appréciable est de pouvoir très rapidement augmenter le nombre d'utilisateurs, même pour une durée limitée, et de rentabiliser le service qui, par le seul jeu des décalages horaires, peut être utilisé 24 heures sur 24. »

Retour sur Investissement

« Au vu des retours que nous font spontanément les utilisateurs sur leur expérience Webex et sur le temps et les frais de déplacement économisés grâce aux réunions en ligne, nous savons déjà que le retour sur investissement est substantiel », dit J.F. Petrignani. « Mais nous souhaitons mesurer ce retour sur investissement de façon plus systématique. C'est pourquoi l'équipe e-business s'attache actuellement à mettre en place un ensemble de mesures et d'indicateurs qui permettront de le quantifier et que nous allons intégrer un questionnaire de satisfaction auquel les participants seront invités à répondre à la fin de chaque réunion. »

L'Avenir

Outre la mise en place du dispositif de mesure du retour sur investissement, l'équipe e-business d'Air Liquide continue à promouvoir l'utilisation de WebEx, avec l'appui des utilisateurs convaincus qui sont autant d'ambassadeurs de la solution. « Notre objectif est que l'e-meeting devienne un réflexe et aussi d'élargir son champ d'application, notamment à la formation. WebEx propose pour cela une solution spécifique mais nous pouvons commencer les tests avec le service que nous avons aujourd'hui, par exemple pour certaines formations commerciales. Quoiqu'il en soit, je suis certain que nous allons assister à une montée en charge d'une part parce que la réduction des dépenses reste chez nous comme partout un mot d'ordre et, d'autre part, parce que tous ceux qui ont essayé WebEx font savoir autour d'eux que c'est efficace et qu'ils en sont satisfaits. Je sais aussi que WebEx supportera très facilement cette montée en charge grâce à la souplesse et à la performance de sa plate-forme mondiale », conclut J.F. Petrignani.

