



## Transcription Podcast -2 Mai 2024 DIGITIM INSIDE #Episode1 –

Bonjour et bienvenue sur DIGITIM Inside, le podcast qui facilite la vie des DSI. DIGITIM Inside donne la parole aux professionnels des parcs de terminaux mobiles pour répondre aux enjeux des DSI. Vous y trouverez de l'inspiration pour gérer plus efficacement vos terminaux mobiles.

Vous me suivez ? Bonjour et bienvenue sur ce premier épisode de DIGITIM Inside, j'ai l'honneur et la joie de rencontrer aujourd'hui Thierry Davigny. Thierry, bienvenue. Bonjour Célia, merci pour l'invitation.

**Thierry, tu as fondé DIGITIM en 2015, dis-nous en plus sur la genèse.**

La genèse de l'entreprise, c'est assez simple. Déjà, c'est une rencontre d'hommes, donc avec mon associé Olivier Peffer. C'est grâce à Olivier que j'ai créé DIGITIM, puisque c'est lui qui m'a poussé à le faire, parce que j'avais, soi-disant, selon lui, les bons contacts et la bonne approche pour traiter des sujets IT avec des clients.

Et Olivier m'a dit : « écoute, en plus, comme ça faisait longtemps qu'on voulait créer quelque chose ensemble, à ce que l'on tienne, allons-y ». Et puis, le nom de DIGITIM est arrivé assez rapidement, puisque D pour digital et team pour équipe, et l'équipe du digital. Et l'idée, c'était d'apporter des solutions clés en main pour le déploiement et le maintien en condition opérationnelle des produits de mobilité, smartphones ou tablettes.

Notre premier client, ça a été le 78, le département du 78, qui est toujours un de nos clients, puisqu'on a déployé 50 000 iPads pour eux l'année dernière et on les accompagne dans ce projet de numérisation des établissements scolaires. Et donc, les premiers 1000 iPads qu'on a déployés, c'était en 2016. Et donc, du coup, on était trois à travailler, je me souviens, à Chartres, chez un de mes partenaires qui avait pu nous confier un hangar.

Et on avait étalé 1000 iPads qu'on a connectés au Wi-Fi, câblés. Le premier déploiement s'est fait comme ça et on y a passé des nuits, on y a passé des jours. Donc, l'aventure de DIGITIM est née de cette manière-là.

Et aujourd'hui, huit ans après, avec un peu de recul, aujourd'hui, on a 12 bancs de production automatisés qui déploient des sujets en masse.

**Vous accompagnez combien de clients, du coup, au total, maintenant ?**

Aujourd'hui, DIGITIM, c'est globalement, on a 80 clients et de clients en récurrence, c'est plus d'une vingtaine que l'on n'accompagne pas qu'en France, mais également à l'étranger,

puisqu'on couvre aujourd'hui l'intégralité de la plaque IMIA, donc toute la partie Europe et Middle East.

### **Qu'est-ce qui fait la singularité aujourd'hui de DIGITIM ?**

La singularité, c'est vraiment d'être centré sur la relation que l'on a avec nos clients.

On nous dit souvent, et quand on a beaucoup d'échanges lors des copils, lors des réunions de cadrage avec nos clients sur les projets. On n'est pas un prestataire, on est un partenaire et on travaille dans une relation de partenariat, ce qui fait qu'on arrive bien à comprendre les problématiques qu'ont nos clients et donc, du coup, on trouve des solutions à ces problématiques.

Et je trouve que c'est important dans une entreprise d'avoir justement cette relation basée sur « j'ai un souci, comment tu m'aides ? » et être capable justement de pouvoir échanger ses points de vue sur la manière d'approcher le sujet, et ce qui fait qu'on est du coup plus agile, on va plus vite et surtout, on a su aussi automatiser un bon nombre de sujets, ce qui nous rend en fait plus rapide avec des coûts, bien sûr, moins importants.

### **Et concrètement, comment tu retires les irritants de tes clients ? Tu as quelques exemples à nous partager ?**

Oui, on a quelques exemples.

Si je prends par exemple aujourd'hui la manière dont on prépare les produits de mobilité, les smartphones ou les tablettes, un des irritants était la qualité de réception des produits, et c'est comme ça qu'on a réussi à gagner certains marchés où les produits n'étaient pas paramétrés correctement. Aujourd'hui, chez nous, ce n'est plus possible. Les équipes techniques ont travaillé sur un outil qu'on appelle Mother & Father.

Mother, parce qu'on a toujours besoin d'une mère pour nous mettre dans le droit chemin, et Father, on a toujours besoin d'un père pour nous aider à comprendre ce que veut nous dire notre mère. Du coup, cet outil accompagne nos équipes de préparation et leur permet justement de vérifier que les produits, les applications de nos clients soient bien descendus et également soient conformes aux besoins. Ce ne sont pas des humains qui regardent si c'est conforme.

Là, on a un risque d'erreur, ça c'est normal, on reste des humains, mais c'est l'outil que l'on a créé, Mother & Father, qui fait ce travail-là. On a augmenté aussi notre niveau de production, mais ça permet aussi à nos collaborateurs de réfléchir plus à la manière dont ils vont processer le projet, et ça fait monter aussi en compétence nos équipes. Donc ça, c'est un des irritants qu'on a su gommer pour nos clients et ce qui fait qu'aujourd'hui, on a une qualité de service sur cette partie-là, qui est pratiquement de l'ordre de 99%.

### **Comment se traduit la proximité que tu as avec tes partenaires, tes clients ?**

On est vraiment dans des relations vraiment tac au tac, il n'y a pas de latence, on est préoccupé par le besoin qu'ont nos clients, mais on est aussi préoccupé par le besoin qu'ont nos partenaires.

Et en fait, on part d'une principe qu'une logique de partenariat, c'est vraiment quelque chose qui est donnant-donnant, et donc on essaye aussi de comprendre les besoins de nos prestataires, parce que si on les comprend, ils vont travailler mieux. S'ils travaillent mieux, on satisfait nos clients, et si on satisfait nos clients, globalement, ça veut dire que Digitim va pouvoir perdurer longtemps, puisque les contrats vont durer plus longtemps.

**Tu parlais de la montée en compétence des collaborateurs. Aujourd'hui, Digitim, c'est près de 20 collaborateurs. Comment, toi et ton équipe de manager, vous faites vivre cette fameuse culture d'entreprise ?**

Alors, il y a un gros travail qui est fait au quotidien.

Déjà, il y a des réunions sur le site de production, des réunions hebdomadaires qui permettent justement de communiquer sur les besoins de l'entreprise, mais aussi écouter les besoins des collaborateurs. Je crois que c'est un point important. Donc, chez Digitim, on peut se parler, on se comprend et on trouve des solutions problématiques que l'on a. On échange, en fait, et on échange.

C'est vraiment une des volontés. Quand j'ai créé cette entreprise, c'était vraiment que les gens chez nous aient la possibilité de s'exprimer et qu'on puisse les écouter. Et on essaye d'aller le maximum dans le sens de nos collaborateurs.

Finalement, eux aussi sont des partenaires. Ce sont des partenaires de la réussite de l'entreprise. Sans les collaborateurs, l'entreprise ne vit pas, ne perdure pas.

Et c'est grâce à eux, aujourd'hui, qu'on en est là. On ne fait pas tout tout seul dans une entreprise. C'est l'addition des hommes, des compétences des hommes et des femmes qui fait vraiment la différence.

C'est un sujet qui est fondamental chez nous. Et donc, du coup, on a des réunions hebdomadaires. On a des réunions par BU, parce qu'on a une BU entreprise, une BU éducation, comme on a deux corps business.

Pour justement essayer de bien se cadrer entre les chefs de projet, les équipes techniques, la direction, les équipes opérationnelles. Et donc, c'est aussi des choses qui permettent de créer du lien. On se réunit assez régulièrement.

On essaye maintenant de se voir tous les trois mois à travers des team building. On instaure aussi des points d'étape, globalement tous les semestres, pour regarder un peu si les collaborateurs se sentent bien. Qu'est-ce qu'il faut qu'on arrive à changer dans leur métier ? Quels sont leurs irritants ? Et comment on se cadre en termes d'axe ? Donc aujourd'hui, on a des turn-over dans l'entreprise qui sont quand même assez faibles.

Et c'est ce qui fait aussi la force de l'entreprise. On a une ancienneté moyenne qui est globalement de 4 à 5 années. Pour une entreprise qui n'a même pas 8 ans, c'est quand même des stats assez bonnes.

**Une écoute réciproque. Et sur l'innovation, qu'est ce que tu peux nous dire ?**

Alors sur l'innovation, l'innovation déjà, ça a été de lancer la première offre éco-responsable sur les terminaux mobiles avec un service packagé, donc qui se nomme DigiGreen. DigiGreen, c'est une vraie innovation.

Alors pas que technique au sens produit, puisque là, on ne réinvente rien. Des produits reconditionnés pour la plupart des produits Apple. Mais par contre, cette offre aujourd'hui permet d'allonger le cycle de vie d'un terminal mobile.

Et on accompagne nos clients dans des cycles de vie qui vont de 3 à 6 ans, ce qui est énorme. Avec un coût qui est très intéressant, puisqu'on leur redonne de l'argent avec une prime éco-responsabilité. Donc, on contribue aujourd'hui à faire sauver des tonnes de CO2 auprès de nos clients.

On a d'ailleurs remis un rapport à un de nos gros clients dans le monde du luxe. C'est un bel exemple de réussite. Et donc, du coup, ça, c'est de l'innovation pure.

Après, il y a aussi ce qu'on a fait sur la partie production. Aujourd'hui, avoir un outil qui contrôle en automatique les descentes applicatives de nos clients, c'est une innovation propre. Aussi éco-responsable, parce que du coup, on ne passe pas du temps à utiliser de l'électricité pour rien.

Et donc, ça, moi, je suis très fier de ces deux sujets que l'on a su traiter rapidement. Et puis, notre arrivée aussi au capital. Voilà, Digitim aujourd'hui est en train de passer à un cran supplémentaire dans son étape de vie.

On est sur un site qui est superbe, avec des qualités RSE, avec une qualité de vie au travail où on a une salle de musculation, une piscine, un amphithéâtre de 170 places, des open space qui sont magnifiques et où nos collaborateurs peuvent venir s'installer, travailler tranquillement. Même si, en plus, on a laissé la possibilité aux gens de travailler de chez eux, donc en télétravail. Et donc, c'est aussi ça, aussi, cette capacité à innover.

C'est de pouvoir aujourd'hui allier la vie privée à la vie professionnelle, mais également aussi pouvoir se dire je travaille quelque part quand j'en ai envie. Et aujourd'hui, on a nos cadres qui sont aujourd'hui au forfait. Donc, il n'y a pas de notion d'heure.

Il y a surtout une notion que le travail doit être fait et qu'est-ce que je mets en place pour le faire. Et j'espère, on a d'autres objectifs qui sont d'ici à deux ans, je l'espère, passer au 4/5ème, toute la boîte. Et voilà, on est en train de cocher un peu ces cases-là.

Je crois beaucoup à l'équilibre. Si je suis bien dans ma vie personnelle, je suis bien dans ma vie professionnelle et vice versa. Il y a déjà pas mal de belles bases mises en place.

### **Et du coup, quels seraient les prochains challenges qui attendent Digitim ?**

On a un challenge important, c'est de dépasser une taille critique. La taille critique d'une entreprise, c'est de dépasser les 10 millions d'euros de chiffre d'affaires. Donc pour ça, on va acquérir une entreprise cette année.

Donc on cherche aujourd'hui une entreprise qui est dans le même domaine que nous, mais sur la partie PC pour justement nous permettre d'avoir une vision 360 auprès de nos clients.

Donc ça, c'est un premier objectif. Et le deuxième objectif, c'est de créer une nouvelle offre pour accompagner les entreprises sur la partie RSE.

On aura l'occasion d'en reparler, j'espère, à la fin de l'année. Justement, on me souffle dans l'oreillette qu'il est déjà temps de nous quitter pour ce premier épisode. Mais j'ai une bonne nouvelle, puisqu'on va se retrouver pour **le second épisode**, où il sera plus question justement de ces **actions de RSE** que tu as commencé à aborder ensemble.

Merci Thierry pour ce premier échange. Merci Célia pour l'invitation, à très bientôt. Vous avez aimé cet épisode ? Encouragez-le en lui mettant la note maximale sur votre plateforme d'écoute préférée et ajoutez un commentaire, on adore vous lire.

A bientôt pour un prochain épisode.