

Xavier Deforge (Groupe Mora) : "Nos deux mot-clés : pragmatisme et compréhension"

Par le [Journal du Net](#) (Benchmark Group)

URL : http://www.journaldunet.com/itws/it_deforge.shtml

Lancer l'impression

25 novembre 2002



Groupe Mora est spécialisé dans l'injection de pièces techniques en thermoplastiques et dans la fabrication de moules d'injection plastique et de fonderie sous pression. Lauréat des [Trophées ePME 2002](#) dans la catégorie Intranet, cette PME dont le siège social se trouve dans le Rhône, a relié les différents services et les trois sites de production de l'entreprise avec un Intranet. Une implication NTIC dont les premiers effets commencent à être ressentis. Le point avec Xavier Deforge, Responsable système d'information de Groupe Mora.

Propos recueillis par [Philippe Guerrier](#) le 25/11/2002

JDNet. De quelle manière mesurez-vous les impacts des nouvelles technologies dans votre entreprise ?

Xavier Deforge C'est plus clair en prenant des exemples concrets : nous avons mis en place l'année dernière une application Intranet liée à la validation des demandes d'achats. Un process relativement simple a priori mais qui entraîne des coûts de communication (échanges de fax, etc) compte tenu de notre fonctionnement en multi-sites géographiques. Du coup, nous estimons que cette application Intranet nous a permis d'économiser 3 000 faxes en un an et 400 heures au service achats du groupe. Nous avons également un projet d'[e-procurement](#) avec nos fournisseurs. Nous avons évalué son gain dans une fourchette 30.000 à 40.000 euros sur une année. Le retour sur investissement est toujours difficile à mesurer car il s'agit essentiellement de gains de temps d'organisation et de travail.

En savoir plus

[Trophées e-PME](#)

[Le palmarès](#)

[Dossier](#)

[Les PME à l'heure de l'e-transformation](#)

Le site

• [Groupe Mora](#)



Copainsdavant.com
3 millions de membres

Recherchez un ami perdu de vue !

Son prénom

Son nom

ok

Jean-Pierre Lacroix, à une présentation Internet. Instantanément, il a perçu les bouleversements que cela allait amener dans notre métier, surtout en terme d'échanges avec nos clients et nos fournisseurs ainsi qu'en terme de gains potentiels.

Comment les salariés appréhendent ces nouveaux outils de travail ?

L'adoption, l'appropriation et la généralisation de la pratique de l'e-mail se sont faites assez naturellement. En revanche, la diffusion par Intranet n'est pas encore réellement acquise. Pour l'échange d'un document, on a encore trop souvent le réflexe de travailler en dossier partagé sur le réseau interne plutôt que de recourir à l'Intranet.

Comment tentez-vous de concilier les deux mondes ?

J'ai adopté une approche très pragmatique : je montre ce que l'on peut faire, quitte à prendre le temps en présentant des maquettes sur les applications Intranet. Ensuite, les collaborateurs se montrent plus ouverts si on présente les avantages directs qui concernent les branches métiers.



Nokia E61 Nokia E50

**VOS EMAILS ET
INTERNET MOBILE
POUR**

5€
HT/mois

Bouygues
Telecom
> Entreprises

Compte tenu de mon expérience (j'ai été dix ans au poste de responsable méthode production), je connais les process traditionnels de fabrication, tout en ayant un oeil d'informaticien.

De quel budget disposez-vous pour le déploiements d'outils e-business ?

Nous disposons d'un budget informatique général dans lequel je fais des choix : sur deux ans, en incluant la masse salariale qui a travaillé sur le sujet, nous devons être à 40 000 euros par an en moyenne. Cela comprend la partie loyer de la liaison IP et l'hébergement des serveurs.

Dans quel mesure ce budget est-il sensible à la conjoncture globale ?

Il est clair qu'il varie en fonction de l'environnement économique. En cas de récession, les "économies molles" (par exemple, un gain de temps d'un quart d'heure dans une journée) sont moins prises en compte. Lorsque l'on présente un projet dans ces conditions, il faut que les performances attendues soit perceptibles de manière sensible.

Vos fournisseurs sont-ils prêts à vous accompagner dans cette étape e-business ?

La difficulté pour nous est que nos fournisseurs sont très disparates : Polymerland ou Géo Plastic sont plus gros par exemple. On a l'impression que chacun part dans son coin. Les groupes chimistes qui nous fournissent la matière première ont déjà des Intranets ou des Extranets et qui nous demandent de passer par leurs propres outils e-business. De notre côté, cela nous oblige à faire les choses en double : par exemple, ce que l'on saisi dans l'[ERP](#) (*progiciel de gestion intégrée*), il faut le dupliquer dans l'[extranet](#) fournisseur. On a l'impression que chaque acteur cherche à améliorer ses propres process mais sans forcément prendre en compte la chaîne globale client-fournisseur.

Quels places de marchés utilisez-vous ?

Nous travaillons sur [FreeMarkets](#) pour les offres et les enchères inversées. Aujourd'hui, nos commerciaux utilisent les places d'enchères car les clients leur demandent de s'y rendre. Pour notre métier de plasturgie, il nous manque du temps et de personnel dédié pour exploiter une place de marché dédiée.

Estimez-vous que vous menez une politique volontariste dans l'e-business ou que vous êtes poussé par le marché à adopter ce type d'outil ?

Je crois que nous sommes plutôt dans une démarche volontariste. Sur le marché concurrentiel, nous sommes bien placés dans le domaine. Je suis convaincu qu'il s'agit d'une nécessité absolue.

En savoir plus

[Trophées e-PME](#)

[Le palmarès](#)

[Dossier](#)

[Les PME à l'heure de l'e-transformation](#)

Le site

• [Groupe Mora](#)

Xavier Deforge, 40 ans, a une formation en Génie mécanique et Génie Informatique. Il a débuté sa carrière dans le monde des équipementiers automobiles : Techniciens Méthode chez Sefi (1984-1988) puis Responsable Méthode dans Groupe Sila (1992-1996). Parallèlement, entre 1988 et 1992, il a été consultant en projets informatiques pour le cabinet d'audit Technequip. Depuis 1996, Xavier Deforge occupe le poste de Responsable Système d'Information de Groupe Mora.