

Pour Fujitsu, l'innovation doit rester à hauteur d'homme

Mise à jour le 8/06 à 9h05 (correction dans la fonction de Jean-Jacques Etotoue)

Fujitsu réunissait mardi 2 juin environ **500 clients et prospects à Paris** pour l'étape française de son World Tour. L'occasion pour le Japonais de faire l'étalage de sa technologie – en matière de conception de systèmes (par exemple avec un système biométrique basé sur l'iris de l'œil intégré à un smartphone) – et de donner la parole à certains de ses clients dans l'Hexagone. L'occasion encore pour l'auditoire de découvrir le [nouveau directeur général de la filiale française](#), **Benjamin Revcolevschi**, arrivé il y a quelques semaines en remplacement de Hervé Garnousset.

Un Benjamin Revcolevschi qui a mis en avant les projets innovants menés par son nouvel employeur. A commencer par le déploiement chez **Airbus de puces RFID** pour les pièces entrant dans la fabrication des avions. « *Il y a quelques décennies, Airbus fabriquait 10 avions par an. Aujourd'hui, ce total est monté à 1 000 avec des usines partout dans le monde. Les inventaires sont d'une complexité extraordinaire* », assure le dirigeant. Selon Fujitsu, grâce à ce projet, pour lequel le Japonais a développé des puces résistantes aux contraintes de l'aviation (en termes de pression et de température notamment), les coûts d'inventaire de l'industriel aurait été réduits de 20 %.

800 tablettes chez GRdF

De son côté, Bruno Sirletti, le responsable marketing de Fujitsu en Europe, met en avant l'exemple de la **Caixa Bank**, une banque catalane qui a fait de ses automates distributeurs de billets la clef de voute de ses interactions avec ses clients. Au point d'être aujourd'hui à la tête du second réseau de distributeurs automatiques en Europe. La banque a fait appel à Fujitsu pour concevoir une nouvelle génération de terminaux. Imaginé avec 1 000 clients intervenant dans le design de l'automate, la machine compte deux écrans et s'appuie sur un avatar aidant les consommateurs dans leurs opérations. Toujours en Catalogne, Fujitsu travaille avec la **ville de Barcelone** sur un système de gestion des transports fédérant tous les réseaux et permettant à un individu de disposer d'un service d'optimisation de ses trajets, intégrant la géolocalisation et les paramètres réels du trafic à un instant T. « *Le système propose également des fonctions prédictives* », ajoute Bruno Sirletti.

En France, le Japonais a été retenu par **GRdF** pour équiper ce que le distributeur d'énergie appelle ses chargés d'affaires (des profils proches des conducteurs de travaux) d'un poste hybride, permettant à ces 800 utilisateurs de disposer d'un terminal mobile quand ils se rendent sur site. « *Auparavant, ces chargés d'affaires manipulaient de nombreux plans, et avaient besoin de grands volumes de papiers. Aujourd'hui, avec la tablette, l'ensemble de leur activité est dématérialisé. Et ils peuvent travailler sur site, ce qui évite les erreurs de saisie, les allers-retours inutiles avec le bureau, etc.* », résume Loïc Nasso, le responsable informatique en charge du pôle Travaux et Economie de GRdF. Là encore, les utilisateurs ont été associés au design de la solution dès le début du projet. Aujourd'hui en cours de déploiement, le poste hybride doit désormais donner naissance à de nouvelles applications (comme une GED permettant de stocker tous les jalons d'un chantier) et pourrait servir de source d'inspiration pour d'autres métiers de l'entreprise (exploitation, bureau d'études).

Legrand : rationaliser le service desk

Pour Fujitsu, ces exemples seraient emblématiques de ce que la société présente comme son nouveau mantra : le 'Human centric innovation' (autrement dit, l'innovation centrée sur l'humain). « *La technologie pour la technologie ne fait qu'ajouter de complexité à la complexité* », dit Bruno Sirletti. Pour Benjamin Revcolevschi, toute démarche d'innovation doit partir des salariés et des clients, afin de renforcer la productivité, avant de passer à l'échelle de l'entreprise.

Si le discours dégage un fort parfum de marketing, il n'est toutefois pas totalement étranger à la relation que Fujitsu semble bâtir avec ses clients, une relation marquée par la proximité et la capacité d'écoute notamment. C'est en tout cas ce qu'assurent Jean-Jacques Etotoue, *Global Delivery and Support Manager* de Limagrain (un groupe agricole de taille mondiale regroupant 9 000 salariés) ou encore Philippe Mezan, le responsable des services IT de Legrand. Ces deux entreprises ont fait appel au Japonais pour rationaliser leur service desk pour le monde entier. Si le projet est très avancé chez l'industriel spécialiste des équipements électriques (avec une quarantaine de pays desservis par le centre Fujitsu de Lisbonne), il démarre tout juste chez le semencier.

A lire aussi :

[Fujitsu veut réduire le nombre de switch dans les supercalculateurs](#)

[Fujitsu : un circuit pour booster les performances des serveurs](#)