



Dès l'accueil, les valeurs prônées par la direction sont affichées avec discrétion : « Fidéliser les collaborateurs par des perspectives de carrière intégrant à la fois leur épanouissement au travail et leur valorisation par leurs performances. »

INFODIS S'IMPOSE DANS L'INFOGÉRANCE

Dans les bureaux comme dans les couloirs, les employés sont occupés, courtois, affairés mais pas fébriles. Une méthode éprouvée pour faire son métier et produire des résultats. Infodis, une ESN modeste et ambitieuse.

Par Pierre-Antoine Merlin, à Roissy-en France (Val-d'Oise). Photos Jim Wallace.

À en juger par les projets d'Infodis, sa réputation sur le territoire national, mais aussi l'étendue de ses visées dans l'économie numérique, on imagine une société dotée de vastes locaux, enfermée dans une tour de la Défense, et gagnée par la froide impersonnalité qui afflige ce type d'entités. Rien de tel ici...

Au contraire ! Le siège social d'Infodis se trouve en banlieue parisienne, certes, mais dans un décor paysager, en bordure d'un lac agrémenté d'oies et de canards du plus charmant effet. Entre les arbres, disséminés parmi les parkings, se dresse une vaste maison basse, d'un étage seulement, où chacun dit bonjour au visiteur qui n'en demande pas tant. Dans la France de 2022, la courtoisie est plus qu'un détail, elle devient une élégance. Est-ce lié au lieu de travail, calme et apaisant ? N'était le bruit des avions qui strient le silence, comme pour rappeler qu'Infodis est à deux pas de Roissy-Charles de Gaulle, on pourrait se croire à la campagne.

Dans ce contexte étonnant s'affaire une ruche souriante. C'est le coin des RH. Maëva Iguenane, responsable du recrutement, pilote la gestion des ressources humaines de cette ESN, très orientée vers l'infogérance, un secteur en pleine dynamique. « Il faut dire que la période est active. Nous recevons beaucoup de demandes,

mais simultanément nous proposons de nombreuses offres. Surtout, le marché s'est inversé : avant, les gens cherchaient du travail. Maintenant, dans notre secteur, c'est plutôt nous qui manifestons un besoin de compétences. C'est le cas dans les métiers du numérique, et de l'IT en particulier. C'est pourquoi nous ne lançons pas de grandes vagues d'embauches à intervalles plus ou moins réguliers. En fait, nous sommes en phase de recrutement constamment. »

ZOOM SUR INFODIS

Date de création : 1985
Siège social : Roissy-en-France (Val-d'Oise)
Principal dirigeant : Stéphane Clément, président
Actionnaires : dirigeants, LBO France et BPI France
Chiffre d'affaires : 41 M€ en 2021
Résultat net : bénéficiaire (6,2 M€ de résultat opérationnel)
Nombre d'employés : 463
Métiers principaux : 45 % infogérance, 40 % intégration, 15 % direction de projets
Entreprises clientes : 45 % sont des sociétés du secteur de la banque et de l'assurance, sachant que figurent en portefeuille des entreprises des médias et du sport
Taille des entreprises visées : essentiellement ETI et grands comptes

SÉDUIRE PAR LES VALEURS

Résultat : Infodis doit convaincre, séduire, être plus que jamais attractif. « Certaines personnes veulent changer de vie, effectuer une reconversion professionnelle. À nous de faire jouer à plein la marque employeur. C'est tout le sens de notre engagement RSE, qui englobe, entre autres, les questions d'environnement et les aspects sociaux », précise Walid Abi Chahla, directeur marketing et communication. Pour lui, contrairement à ce qui se passe dans certaines entreprises, il ne s'agit en aucun cas de « faire bien » pour



complaire aux thèmes à la mode. L'engagement RSE n'est pas un gadget galvaudé avant son lancement. « Chaque collaborateur y adhère, s'y conforme. C'est vraiment important. Ce sont des engagements et des valeurs partagées. » Une telle réalité est visible dès l'accueil où les valeurs prônées par la direction ornent la porte, avec discrétion de bon aloi et fermeté revendiquée. En entrant chez Infodis, on s'engage, on s'implique, on croit aux principes prônés par la culture d'entreprise. On y lit par exemple cette assertion, de nature contractuelle, car elle engage par écrit la direction du groupe : il s'agit « de fidéliser les collaborateurs par des perspectives de carrière intégrant à la fois leur épanouissement au travail et leur valorisation par leurs performances ». Et ainsi de suite. À lire ce texte dans son intégralité, l'auteur de ces lignes se croit transposé dans le *Truman Show* ou dans *Pleasantville*. La valeur d'exemplarité existe donc ailleurs que dans les livres de management exposés à la Fnac, au rayon science-fiction ? Autre sujet brûlant : le sort du télétravail et l'hybridation de l'emploi. La responsable du recrutement est convaincue, une combinaison des modes est jugée souhaitable et nécessaire. « On sait travailler à distance. Dans d'autres secteurs, le manufacturing par exemple, ce n'est pas possible, il faut être sur place. C'est moins vrai dans les métiers du service. Pour autant, on ne peut pas

Infodis exerce des fonctions vitales au cœur même de l'économie numérique : les métiers de l'ingénierie, de l'infogérance et du pilotage de projets complexes se matérialisent par le biais du centre de services (à g.) et du laboratoire technique (à dr.)

être totalement en télétravail. En réalité, c'est un nouveau mode d'organisation qui est entré dans les mœurs, propulsé et accéléré par la crise sanitaire. Les gens sont plus heureux avec ce système. »

LE MARKETING AU SERVICE DES MÉTIERS

Cette adaptation continue aux nouvelles méthodes de travail et de production implique au premier chef l'activité marketing. Elle agit comme un levier, un stimulant, dans l'organisation et le fonctionnement des équipes. « Fut un temps où le marketing n'était pas considéré comme significatif, explique Walid Abi Chahla. Aujourd'hui,

c'est un axe stratégique. Cette notion est liée à l'innovation – qu'elle soit technique ou d'usage – mais aussi au commerce et à la communication. Le marketing sert à fédérer les gens et les offres. En particulier, nous travaillons beaucoup avec LinkedIn et sur la charte graphique. » Chez Infodis, capter l'air du temps n'est donc pas un exercice vain. Tout comme la mode RSE n'est pas un caprice mais une ardente obligation, l'usage raisonné de LinkedIn n'est pas qu'un objet de fascination narcissique. C'est un vecteur de cohésion et de progrès. Avec une légitime fierté, Walid Abi Chahla explique que lui-même, et ses équipes, essaient de publier chaque jour une contribution sur LinkedIn. Cet envoi doit être intéressant, pertinent, à un titre ou à un autre, simultanément pour l'entreprise et pour son écosystème. C'est une ...



« Dans notre secteur, c'est plutôt nous qui manifestons un besoin de compétences »

Maëva Iguenane,
responsable du recrutement

« Poursuivre notre ambition de performance technologique, financière et d'exemplarité environnementale, sociale et éthique »

Stéphane Clément, président d'Infodis



Il ne s'agit pas, dans la circonstance, d'entrer dans le métier d'un éditeur de logiciels. Mais simplement d'utiliser au mieux ses outils. Autre exemple, on peut gérer toute l'organisation des salles de réunion. Et ainsi de suite. » Sans emphase inutile, il est loisible de constater qu'Infodis est en phase avec l'évolution de l'économie, de la société et du numérique. C'est sa vocation. « Nous accompagnons les entreprises dans leur transformation digitale, avec un mode de management souple et rapide. » Autrement dit : quand les clients doivent se remettre en question, prendre des décisions cruciales et avec le maximum de vélocité, l'infogéreur doit lui aussi marcher au même rythme. C'est ce qui rend la période passionnante :

elle ne connaît pas l'ennui. Mais l'attention de tous les instants aux problèmes techniques, culturels, voire psychologiques de l'écosystème, est une composante essentielle.

À LA CONQUÊTE DES NOUVEAUX MARCHÉS

Pour Stéphane Clément, l'avenir s'écrit sur deux axes : la géographie et la croissance externe. La société, longtemps francilienne, a entrepris de couvrir le territoire national. Par ailleurs, avec l'accélération du progrès technique et des usages associés, il est essentiel d'acquiescer de nouveaux savoir-faire. Là encore, c'est le pragmatisme qui domine. Pourquoi s'interdire la croissance externe, si le développement organique prend trop de temps ? Surtout si les fondamentaux sont bons. Heureusement, avec un projet d'entreprise complet, et en s'appuyant sur une implication forte des équipes, Infodis dispose d'une vision claire de ses missions et de ses moyens d'action. Cette identification de l'avenir est indispensable, car l'infogérance ne supporte pas le droit à l'erreur. Toute rupture de confiance se paie cash. Et le résultat est là : le groupe figure au Top 10 des ESN françaises en termes de performances financières. Il est bien sûr sur ses appuis, pour filer la métaphore rugbyistique. Le collectif d'abord : c'est Infodis en action. ■



« Chaque collaborateur adhère et se conforme à la RSE. C'est important. Ce sont des engagements et des valeurs partagées. »

Walid Abi Chahla, directeur marketing et communication

... vitrine quotidienne qui sert de lien entre les uns et les autres. Cette unité de vue est fondamentale. Stéphane Clément, qui préside depuis peu aux destinées d'Infodis, encourage l'initiative individuelle et la force stratégique. L'entreprise doit se développer « avec le plein soutien des collaborateurs, pour poursuivre notre ambition de performance technologique, financière et d'exemplarité environnementale, sociale et éthique ». Concrètement, Infodis cherche à mettre en œuvre un équilibre délicat entre ingénierie et infogérance, celle-ci demeurant le cœur du groupe. Selon Stéphane Clément, l'infogérance est un terme très large, qui peut par exemple comporter la gestion de parc et celle des actifs. On se limite alors au cadre classique de la bureautique. Mais elle peut aller beaucoup plus loin, et impliquer la structure même des entreprises clientes, c'est-à-dire l'infogérance de l'infrastructure informatique, réseaux et télécoms, en France, et 24 h/24. Infodis sait et doit se montrer modulaire pour se conformer exactement à la demande exprimée par le client. « Un autre point différenciant est celui de l'applicatif métier, reprend Stéphane Clément. Dans ce domaine, on intervient beaucoup en environnement SAP. Un exemple parlant : nous nous assurons que le PC est parfaitement optimisé pour travailler en mode ERP ou CRM.