

Sylvain Le Borgne (JCDecaux) : « Si on veut passer à l'échelle, il faut mettre en commun et partager les expériences »

JCDecaux vient de rejoindre l'écosystème d'innovation ouverte de la Software République, créée en 2021 par Dassault Systèmes, Eviden, Orange, Renault Group, STMicroelectronics et Thales. Sylvain Le Borgne, le Chief Data Officer du Groupe, nous explique comment cette annonce s'inscrit dans la stratégie d'open innovation du n°1 mondial du mobilier urbain et de la publicité dans les transports.

Temps de lecture : minute

28 mars 2024

Maddyness : Pourquoi rejoindre Dassault Systèmes, Eviden, Orange, Renault Group, STMicroelectronics et Thales en tant que 7e membre de la Software République ?

Sylvain Le Borgne : Notre groupe se distingue par une forte culture de l'innovation : JCDecaux, c'est une aventure entrepreneuriale qui a débuté il y a 60 ans, avec la création de l'abribus publicitaire. Depuis, l'entreprise n'a cessé d'innover, en imaginant et en lançant de nouveaux services pour les villes, les citoyens et les gestionnaires d'infrastructures de transport. Rejoindre la Software République, c'est un moyen de poursuivre cette dynamique d'innovation, notamment dans le domaine de la mobilité.

Avec cette annonce, notre objectif premier est donc de continuer à inventer de nouveaux services, que ce soit à travers des innovations de

rupture ou de continuité. Nous allons apporter au collectif notre expertise dans la conception et le déploiement de solutions novatrices pour les villes et les citoyens, soutenant ainsi l'objectif de la Software République d'étendre ses activités et son empreinte technologique.

M : Une vingtaine de projets a déjà vu le jour dans le cadre de la Software République, dont une borne de recharge pour véhicules électriques et le concept-car H1st Vision... Sur quels projets JCDecaux va-t-il se positionner ?

S.L.B : Pour l'instant, nous n'en sommes qu'au tout début de l'aventure. Nous avons commencé à analyser les différents sujets sur lesquels la Software République a déjà travaillé depuis son lancement en 2021, et à regarder quelles contributions nous pouvons apporter. Nous souhaitons à la fois participer à des projets en cours où nous avons une valeur ajoutée tout en initiant de nouveaux chantiers pertinents pour la Software République et JCDecaux.

Ce qui est certain, c'est que la Software République est marquée par une forte volonté de collaborer, d'échanger et de partager des expériences, autour d'objectifs communs. Aujourd'hui, on se rend compte que le principal enjeu dans l'innovation, c'est le passage à l'échelle. Pour avancer plus vite, il faut mettre en commun et partager les expériences de déploiement.

M : Il ne s'agit pas de la première initiative de JCDecaux dans l'open innovation...

S.L.B : En effet, nous avons déjà formé des alliances technologiques avec d'autres grands groupes, notamment Pernod Ricard, avec qui nous développons conjointement un portail dans la gestion de données. Cette solution permet à une entreprise de centraliser en un point unique l'ensemble des données provenant de différentes entités dans le monde,

facilitant ainsi leur utilisation et leur partage. Les données restent au sein de nos groupes respectifs, mais nous partageons le développement de l'infrastructure et des fonctionnalités. C'est un travail collaboratif, qui nous permet de mettre en commun nos efforts, mais surtout d'échanger et de mener ensemble une réflexion sur la valorisation des données. Nous réfléchissons d'ailleurs à ouvrir cette alliance à d'autres acteurs.

Et bien sûr, nous développons aussi l'open innovation avec les startups : nous avons des équipes entièrement dédiées à ce sujet. Au total, nous rencontrons plus de 300 startups chaque année : soit elles nous apportent des services qui nous permettent d'innover et d'avancer, soit nous les aidons à se développer, via notre programme "Nurture". Celui-ci nous permet de les accompagner dans leurs stratégies de communication, pour les aider à toucher leur public grâce à nos supports.

M : Quels grands principes guident votre stratégie en matière d'innovation et d'open innovation ?

S.L.B : Nous développons les solutions en interne lorsqu'elles n'existent pas encore, mais si une startup a développé un projet pertinent pour l'évolution de nos activités, nous allons plutôt chercher à travailler avec elle. Un exemple : en 2021, nous avons lancé l'offre Optix, une solution qui permet de réaliser une "heatmap" de l'attention sur une affiche, pour aider nos clients à affiner leurs créations et leurs messages et permettre à nos équipes de recommander les emplacements qui en maximiseront l'impact. Depuis, nous avons rencontré des startups qui ont développé des approches similaires : nous sommes en train d'étudier de potentielles collaborations, pour nous concentrer sur le développement d'autres fonctionnalités qui n'existent pas encore, tels que des outils de médiaplanning associés à la solution. Travailler avec des startups nous permet d'enrichir nos solutions et de dégager des ressources pour continuer à innover.



À lire aussi
Avec PlayPlay, ÉcoMégot et Benur, JCDecaux accélère sa
stratégie d'Open Innovation



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups
françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Benoit Zante