

- Rationalisation des processus
- Core-model de données
- Master Data Management



Identifier la data utile pour des processus de gestion plus efficaces

Propos recueillis auprès de Louis Goffaux, DSI du groupe Labeyrie Fine Foods



La création d'un **référentiel de données unique** pour toutes les entités du groupe



La mise en place d'une **stratégie de Master Data Management**



La **sensibilisation** des métiers aux sujets et enjeux data

Labeyrie Fine Foods

Le groupe Labeyrie Fine Foods est né il y a 75 ans, dans l'objectif de **proposer des produits d'exception au plus grand nombre**. Le groupe propose 5 000 produits à travers 7 marques, distribuées dans plus de 48 pays. Dans l'optique de centraliser les data des différentes sociétés du groupe, le contrôle de gestion commercial s'est lancé dans la construction d'un core-model de données unique. L'objectif ? **Construire une stratégie de Master data management (MDM) et rationaliser les processus de gestion**. C'est dans ce cadre que l'entreprise a fait appel à l'expertise de Cenisis.

Retour sur ce projet avec le témoignage de Louis Goffaux, DSI du groupe Labeyrie Fine Foods.

Objectifs visés

- Fusionner les trois modèles de données en un **core-model unique**
- Éduquer les métiers sur les **enjeux data**
- Initier une démarche de **Master Data Management**

LE BESOIN DE RATIONALISER LES MODÈLES DE DONNÉES

« Le groupe Labeyrie Fine Foods est composé de plusieurs sociétés qui utilisent le même ERP, mais qui n'ont pas les mêmes modèles de données, ni les mêmes processus de gestion. Cela induit donc de **nombreux retraitements pour saisir les données et consolider les chiffres**. À titre d'exemple, jusqu'à maintenant, pour un même emballage, nous avons trois modèles de données différents. Ce n'était donc plus gérable. »

Le contrôle de gestion commercial a souhaité lancer une démarche de **rationalisation des processus, et plus précisément créer un core model de données unique**, recensant tout ce qui peut être commun et partagé en termes de data dans le SI du groupe. C'est donc l'équipe "référentiel", composée de six personnes, qui a pris le pilotage du projet en main à travers plusieurs ateliers et réunions de construction réunissant l'IT et les métiers (marketing, production, supply chain...). Une évidence est apparue : **la mise en place d'une stratégie de Master Data Management** (la centralisation des données en un seul et unique fichier maître, afin de simplifier l'organisation de l'entreprise) était primordiale.

UN ACCOMPAGNEMENT SUR MESURE POUR FÉDÉRER LES MÉTIERS AUTOUR DE LA DONNÉE

C'est lors d'un événement organisé par le GIRAL (le groupe des DSI de l'agroalimentaire) que M. Goffaux a rencontré les équipes de Cénisis. Après quelques échanges sur la démarche initiée par le groupe, il est apparu évident qu'un accompagnement externe était nécessaire.

« Pour être efficace, la démarche de MDM doit être sponsorisée par un métier, et surtout, portée par l'ensemble de l'entreprise. Nous avons donc décidé de faire appel à l'expertise de Cénisis pour consolider nos idées, mettre en place des bonnes pratiques, éduquer les métiers autour des sujets data... **Le projet n'est pas seulement la mise en place d'outils, mais bien une organisation à instaurer pour mettre en commun et centraliser les données décisives, selon des formats et modèles partagés.**

Bénéfices apportés

- Le **partage et la montée en connaissance** sur l'expertise data
- La diminution des **incidents de gestion liés à la data**
- L'adhésion des métiers à la **démarche de MDM**

À propos de Cénisis

CÉNISIS est le spécialiste français du Data Management (DM) à haute valeur ajoutée : grâce à sa communauté de consultants autonomes, CÉNISIS propose des expertises complémentaires et reconnues en matière de Data Integration (DI), Data Quality (DQ), Master Data Management (MDM), Data Usage (DU), Data Governance (DG).

CÉNISIS aide ainsi ses clients à exploiter au plus juste la valeur de leur patrimoine de données.

*Cénisis a su organiser des ateliers autour de la chaîne de valeur, des data utiles, ou encore des rôles autour de la donnée, ce qui insuffle une **véritable culture data**. Les consultants nous ont aussi proposé un panel d'outils à déployer pour répondre à nos objectifs. Cet apport extérieur donne plus de poids à notre démarche et amène les métiers à mieux comprendre l'intérêt du partage de la donnée, d'avoir plus de maturité sur le sujet. »*

C'est l'expertise de Cénisis et sa connaissance du secteur agroalimentaire qui a d'abord convaincu le groupe Labeyrie Fine Foods. Le feeling s'est confirmé avec les ateliers menés, la méthodologie proposée et l'ouverture d'esprit dont ont fait preuve les équipes de Cénisis.

UN PROJET DE LONG TERME, MAIS DES BÉNÉFICES DÉJÀ CONSTATÉS

En 2019, un premier core-model concernant les ingrédients et emballages a été créé. En 2021 a suivi celui des clients et des fournisseurs. Enfin, en 2023, le core-model composants de nomenclature et produits semi-finis est en cours de déploiement. **Les bénéfices sont déjà notables.**

« D'abord, nous relevons une **diminution des incidents de gestion remontés à l'IT**. Cela concerne toutes les données erronées (problème de format, d'unité...). La qualité des data est bien meilleure qu'avant. Ce projet nous a aussi permis de détecter la donnée utile et de **supprimer les informations obsolètes** (qui représentaient 30 % des données totales). Sur le terrain, le taux de service de notre supply chain (le volume des commandes livrées par rapport au nombre de commandes totales en temps et en heure) est passé à 99 %.

*D'un point de vue purement organisationnel, nous constatons que les métiers sont plus sensibles aux data et à leur utilisation. Ils se posent des questions et font attention à leurs saisies. Ils ont compris que **c'est un bien commun pour l'entreprise et qu'il faut casser les silos.** »*