Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV®.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour consulter tous nos sujets d'annales et corrigés du Bac STMG, veuillez visiter :
coursbacstmg.fr/annales-sujets-et-corriges

BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE

ÉPREUVE D'ENSEIGNEMENT DE SPÉCIALITÉ

SESSION 2024

SCIENCES ET TECHNOLOGIES DU MANAGEMENT ET DE LA GESTION

Management, sciences de gestion et numérique

Durée de l'épreuve : **4 heures**
Coefficient **: 16**

L'usage de la calculatrice avec mode examen actif est autorisé.
L'usage de la calculatrice sans mémoire, « type collège » est autorisé.

Dès que ce sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Ce sujet comporte 17 pages numérotées de 1/17 à 17/17.

Notation	20 points

Liste des dossiers **Barème indicatif sur 100**

Dossier 1 – La performance de l'entreprise Eyecontact ..... 34 points
Dossier 2 – Le développement de l'entreprise Eyecontact..... 35 points
Dossier 3 – La gestion des ressources humaines de l'entreprise Eyecontact..... 31 points

Liste des documents à exploiter :

Document 1 : le processus de production de Eyecontact
Document 2 : les indicateurs commerciaux de l'entreprise Eyecontact
Document 3 : Eyecontact participe au plus grand salon technologique du monde
Document 4 : éléments financiers de l'entreprise Eyecontact en 2022
Document 5 : Eyecontact, une entreprise qui trouve les moyens de se développer
Document 6 : le progrès technologique au service de l'innovation de Eyecontact
Document 7 : l'évolution du portefeuille produits de Eyecontact
Document 8 : les risques liés au numérique tendent à se diversifier
Document 9 : le tout numérique est-il la solution idéale pour les entreprises et leurs salariés ?
Document 10 : Eyecontact fait confiance à ses collaborateurs
Document 11 : entretien avec la responsable ressources humaines de l'entreprise Eyecontact

Pour des raisons de confidentialité, le nom de l'entreprise et certaines données ont été modifiés.

Eyecontact

Eyecontact, c'est l'histoire de Laurent Mouhib et Younes Lefebvre, qui en 2006, jeunes étudiants et porteurs de lunettes, étaient ennuyés lorsqu'il fallait essayer des lunettes chez l'opticien. « C'est tout bête, mais pour savoir la tête qu'on aurait avec de nouvelles lunettes, il faut déjà porter les siennes. Sinon, on se voit flou ! » indique l'un des cofondateurs.

C'est en partant de ce constat que Laurent et Younes créent l'entreprise Eyecontact en 2006. Ils développent une application digitale permettant d'essayer de nouvelles paires de lunettes sans avoir besoin d'enlever les siennes : « la caméra en façade filme notre visage puis un programme remplace les lunettes que l'on porte sur le nez par les lunettes digitalisées que l'on veut essayer ». Ces différentes technologies brevetées par l'entreprise permettent d'essayer des lunettes en ligne, sur n'importe quel support numérique (ordinateur, tablette ou encore téléphone).

Aujourd'hui, le siège social de l'entreprise est situé à Labège, près de Toulouse. Elle dispose aussi d'une filiale à Miami aux États-Unis. Elle compte une centaine de salariés dont 70 % travaillent au sein du service recherche et développement. Elle génère plus de 120 millions d'essayages virtuels par an et représente la plus grande base de données de montures 3D au monde, avec plus de 140 000 paires de lunettes numérisées. Elle compte, dans plus de 75 pays, 1 044 entreprises clientes dont Atol, Alain Afflelou et Optical Center, mais aussi des marques généralistes comme Dior ou Lacoste.

Bien que l'entreprise soit parvenue à devenir leader sur le marché de la réalité augmentée en lunetterie et de la numérisation de montures 3D en peu de temps, elle doit en permanence innover pour continuer à proposer à ses clients des produits de qualité et poursuivre son développement à l'international.

Dans ce contexte, les dirigeants de l'entreprise s'interrogent :

L'entreprise Eyecontact peut-elle conserver sa place de leader sur son marché compte tenu des évolutions de son environnement ?

Afin d'analyser cette situation, il vous est demandé d'étudier les dossiers suivants :

Dossier 1 – La performance de l'entreprise Eyecontact

Dossier 2 – Le développement de l'entreprise Eyecontact

Dossier 3 – La gestion des ressources humaines de l'entreprise Eyecontact

Dossier 1 – La performance de l'entreprise Eyecontact

Documents à exploiter

Document 1 – Le processus de production de Eyecontact
Document 2 – Les indicateurs commerciaux de l'entreprise Eyecontact
Document 3 – Eyecontact participe au plus grand salon technologique du monde
Document 4 – Éléments financiers de l'entreprise Eyecontact en 2022
Document 5 – Eyecontact, une entreprise qui trouve les moyens de se développer

L'innovation fait partie de l'« ADN » de Eyecontact. 30 % de son chiffre d'affaires est réinvesti chaque année dans la recherche et le développement. En comparaison, ce taux est inférieur à 15 % pour des entreprises connues pour leur savoir-faire innovant tels qu'Essilor, Tesla ou encore Samsung. Eyecontact a déjà déposé seize brevets internationaux et se fixe comme objectif d'en déposer deux de plus chaque année.

À partir de vos connaissances et des documents, il vous est demandé de traiter le questionnement suivant.	
1.1	**Présenter les forces de Eyecontact et en déduire son avantage concurrentiel.**
1.2	**Identifier l'approche marketing retenue par Eyecontact.**
1.3	**Analyser la performance commerciale de Eyecontact à l'aide de calculs pertinents.**
1.4	**Montrer que l'entreprise Eyecontact est rentable à l'aide de deux indicateurs de la performance financière.**

Dossier 2 – Le développement de l'entreprise Eyecontact

Documents à exploiter

Document 1 – Le processus de production de Eyecontact
Document 5 – Eyecontact, une entreprise qui trouve les moyens de se développer
Document 6 – Le progrès technologique au service de l'innovation de Eyecontact
Document 7 – L'évolution du portefeuille produits de Eyecontact
Document 8 – Les risques liés au numérique tendent à se diversifier

Réalité augmentée[1] ou diminuée[2], digitalisation 3D[3], intelligence artificielle : l'équipe de chercheurs de Eyecontact utilise toutes ses compétences et connaissances pour innover sans cesse. L'ambition de Eyecontact est d'améliorer l'expérience client lors de l'achat d'une paire de lunettes et transformer le métier des opticiens, en les propulsant dans l'ère digitale.

À partir de vos connaissances et des documents, il vous est demandé de traiter le questionnement suivant.	
2.1	**Identifier les modalités de développement de l'entreprise Eyecontact depuis sa création.**
2.2	**Repérer les modes de financement choisis par l'entreprise Eyecontact pour accompagner son développement et montrer l'intérêt de ces modes de financement pour l'entreprise.**
2.3	**Repérer les technologies numériques utilisées par l'entreprise Eyecontact pour son activité et montrer que chacune contribue à son développement.**
2.4	**Présenter les différents risques auxquels l'entreprise Eyecontact pourrait être confrontée au regard de la spécificité de son activité.**

[1] La réalité augmentée est une technologie qui se présente sous la forme d'une interface virtuelle, en 2D ou en 3D, qui vient enrichir la réalité en y superposant des informations virtuelles complémentaires, en l'occurrence dans ce cas, une paire de lunettes virtuelles vient se superposer sur le nez d'une personne.
[2] À l'inverse de la réalité augmentée, la réalité diminuée est une technologie qui permet de faire disparaître la paire de lunettes réelles qui se trouve sur le nez d'une personne.
[3] La digitalisation 3D est une technologie qui permet de numériser en 3 dimensions un objet, en l'occurrence dans ce cas, une paire de lunettes.

Dossier 3 – La gestion des ressources humaines de l'entreprise Eyecontact

Documents à exploiter

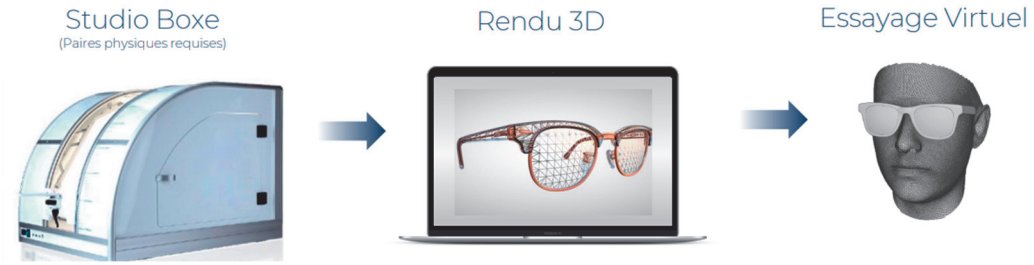
Document 7 – L'évolution du portefeuille produits de Eyecontact
Document 8 – Les risques liés au numérique tendent à se diversifier
Document 9 – Le tout numérique est-il la solution idéale pour les entreprises et leurs salariés ?
Document 10 – Eyecontact fait confiance à ses collaborateurs
Document 11 – Entretien avec la responsable ressources humaines de l'entreprise Eyecontact

Près de huit entreprises sur dix rencontrent des difficultés à recruter des experts dans le secteur des technologies numériques. Cette pénurie de candidats devrait se poursuivre ces prochaines années. En cause, le manque de profils formés sur ces métiers très recherchés par les entreprises. L'entreprise Eyecontact s'adapte à ce contexte en mettant en place une gestion efficace de ses ressources humaines.

À partir de vos connaissances et des documents, il vous est demandé de traiter le questionnement suivant.	
3.1	**Montrer que la culture d'entreprise de Eyecontact est favorable au recrutement des profils recherchés.**
3.2	**Montrer que le style de direction des dirigeants de Eyecontact est adapté à la culture de l'organisation.**
3.3	**En une quinzaine de lignes, à partir de vos connaissances et d'exemples d'organisations dont celui de Eyecontact, montrer que les technologies du numérique sont sources d'opportunités mais aussi de risques, tant pour les salariés que pour les organisations.**

Document 1 : Le processus de production de Eyecontact

Les produits Eyecontact sont élaborés à partir d'un processus de production bien spécifique :



Tout d'abord, la première étape consiste à la digitalisation des paires de lunettes physiques à l'aide d'un dispositif appelé Studio Box. Cette vingtaine de machines créées par Eyecontact et déployées à des endroits stratégiques du monde, servent tout simplement à photographier les paires de lunettes physiques de manière à obtenir un modèle digital 3D. Toutes ces montures numérisées sont ensuite stockées dans une base de données dédiée, qui est, à l'heure actuelle, la plus grande au monde dans son domaine. Pour que les porteurs de lunettes puissent essayer ces montures numérisées depuis n'importe quelle interface et sans retirer leurs lunettes actuelles, Eyecontact propose, sous forme d'abonnement, à ses entreprises clientes, une application qui permet d'essayer les lunettes virtuellement : « l'application reproduit notre visage en 3D à l'identique et remplace notre vieille paire de lunettes par le modèle que l'on souhaite essayer. On peut alors se voir avec la monture choisie, on peut même tourner la tête pour se voir de profil, la monture suit le mouvement ».

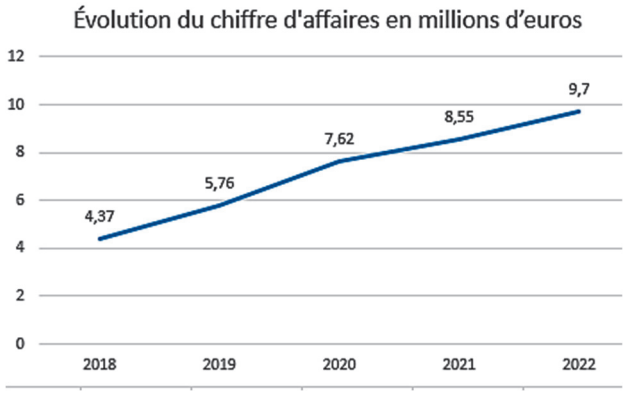
Source : Document interne

Document 2 : Les indicateurs commerciaux de l'entreprise Eyecontact

	2020	2021	2022
Essayage virtuel par an (en million d'utilisateurs)	70	95	120
Nombre de numérisations de montures 3D par an	35 800	38 600	40 000

Eyecontact a réalisé un chiffre d'affaires (CA) de 9,7 millions d'euros en 2022 en vendant ses produits à plus de 1 044 clients dans 75 pays différents.

Zone géographique	CA (en million d'€) en 2022
France	1,7
Export	8,0



Source : pappers.fr

Document 3 : Eyecontact participe au plus grand salon technologique du monde

L'évènement *Consumer Electronics Show* (CES) est le plus grand salon technologique du monde. En 2022, il a accueilli plus de 45 000 participants, venus de 119 pays, dont 1 800 médias. Plus de 2 000 entreprises ont exposé des innovations révolutionnaires autour de l'intelligence artificielle et de la réalité virtuelle, rendant les produits et les technologies plus intelligents, plus efficaces et personnalisables.

Supportée par la Région Occitanie et labellisée *French Tech*, Eyecontact a fait partie des entreprises phares présentes à ce salon mondial. L'innovation étant au cœur de son activité, la société a toujours eu pour vocation de fournir des technologies de pointe pour l'industrie de la lunette [...]. La présence de Eyecontact au CES, couplée aux avis positifs recueillis lors de l'événement [...] laissent présager un avenir radieux pour l'entreprise, dont les solutions feront partie des outils qui auront un impact sur le futur et qui ont déjà un impact sur le présent.

Source : site web de Eyecontact

Document 4 : Éléments financiers de l'entreprise Eyecontact en 2022

❖ **Compte de résultat de l'entreprise au 31/12/2022**

CHARGES		PRODUITS	
Charges d'exploitation :		**Produits d'exploitation :**	
Achats de matières premières	35 230	Production vendue	9 867 790
Autres achats et charges externes	3 225 725	Subventions d'exploitation	1 154 063
Impôts, taxes et versements assimilés	148 017	Reprises sur dépréciations et provisions	36 890
Salaires et traitements	4 183 403	Autres produits	39 005
Charges sociales	1 666 528		
Dotations aux amortissements et dépréciations	1 493 905		
Autres charges	42 032		
Total charges d'exploitation	**10 794 840**	**Total produits d'exploitation**	**11 097 748**
Charges financières	**40 861**	**Produits financiers**	**95 534**
Charges exceptionnelles	**11 344**	**Produits exceptionnels**	**34 600**
Total des charges	**10 847 045**	**Total des produits**	**11 227 882**
Bénéfice	**380 837**		
Total	**11 227 882**	**Total**	**11 227 882**

❖ **Extrait du bilan de l'entreprise au 31/12/2022**

EMPLOIS		RESSOURCES	
EMPLOIS STABLES		RESSOURCES STABLES	
Immobilisations incorporelles	7 094 077	Capital	1 916 793
Immobilisations corporelles	515 500	Réserves	21 209
Immobilisations financières	34 659	Résultat de l'exercice	380 837

❖ ***Données supplémentaires :***

Taux de rentabilité économique	La rentabilité économique mesure la **rentabilité des capitaux engagés**, c'est-à-dire la capacité de l'entreprise à générer des bénéfices à partir des capitaux investis. On retient le résultat d'exploitation et **les capitaux investis** qui correspondent à la valeur des immobilisations brutes + la valeur du besoin en fonds de roulement d'exploitation (BFR). $Taux\ de\ rentabilité\ économique = \frac{Résultat\ d'exploitation}{Capitaux\ investis\ (Immobilisations\ brutes + BFR)}\ X\ 100$
Capitaux investis	Capitaux investis = Immobilisations brutes + BFR = 7 094 077 + 515 500 + 34 659 = **8 082 305 €**

Source : pappers.fr

Document 5 : Eyecontact, une entreprise qui trouve les moyens de se développer

Deux ans après sa création, Eyecontact invente le premier miroir virtuel, mis en ligne sur le site du leader des lunettes de soleil, Rayban. En 2009, trois ans après sa création, Eyecontact crée un studio de numérisation de montures en réalité augmentée, appelé Studio Box, que l'entreprise va petit à petit déployer dans différentes parties stratégiques du monde. En 2012, Eyecontact noue un premier partenariat avec Eyefinity, une entreprise américaine, leader des solutions *web* pour opticiens aux États-Unis et au Canada. Le partenariat portait principalement sur la conception, le développement et la commercialisation des services innovants de Eyecontact aux professionnels de l'optique canadiens et américains.
Afin de renforcer sa présence aux États-Unis, l'entreprise décide finalement en 2015 de créer une filiale à Miami, Eyecontact Inc. En 2020, grâce à la réalité diminuée, Eyecontact arrive à faire disparaître les lunettes des visages.

Pour financer toutes ces innovations et son développement, en plus des traditionnels emprunts bancaires (jusqu'à 1,7 million d'euros), Eyecontact réalise des emprunts obligataires[4] ou des ventes de titres participatifs[5] avec en 2009 une première levée de fonds de 1,5 million d'euros, puis une deuxième en 2012 de 1,2 million d'euros, et enfin une troisième levée de 2,1 millions d'euros en 2014. Cela permet à l'entreprise de maintenir son avance technologique en créant le dispositif Studio Box en plusieurs exemplaires et d'accélérer son déploiement commercial en France et à l'international. Grâce à ces choix de financement, et ce depuis la création de l'entreprise, Younes et Laurent ont toujours ainsi gardé le contrôle de leur entreprise en s'assurant d'avoir toujours plus de 50 % des droits de vote lors des assemblées générales des actionnaires.

En parallèle, Eyecontact gagne de nombreux concours organisés par l'État français et les collectivités territoriales :

- le concours « création d'entreprises » proposé par le ministère de la Recherche en 2007 ;
- le concours de l'innovation numérique en novembre 2015 et le concours BPI I-Nov en 2020.

Cela lui permet de bénéficier de subventions conséquentes et de prêts accordés par la Bpifrance[6]. Eyecontact a même financé le lancement d'une de ses applications grâce au financement participatif (*crowdfunding)*.

L'entreprise a donc pu disposer de ressources financières conséquentes qui lui ont permis de poursuivre son développement en investissant toujours plus en recherche et développement, et en accélérant sa croissance dans le monde.

En 2018, Eyecontact augmente à nouveau son capital avec l'entrée d'un nouvel investisseur extérieur. Cet investisseur n'est pas choisi au hasard, c'est un client important de Eyecontact, il s'agit de l'entreprise Fielmann, leader du marché de la vente de lunettes en Europe centrale, qui apporte 3,9 millions d'euros de fonds. Eyecontact réalise une opération similaire en 2021 avec l'arrivée d'un nouvel actionnaire, l'entreprise Jins, leader de l'industrie de la lunetterie japonaise et très présente

[4] Emprunts auprès d'investisseurs privés.
[5] Valeurs mobilières qui ne donnent ni droit de vote ni part dans le capital de l'entreprise, mais qui permettent aux investisseurs d'apporter des fonds à une société, sans limitation de montant et avec une rémunération souvent attractive.
[6] Banque publique d'investissement.

en Asie. En unissant leurs forces, Eyecontact, Jins et Fielmann vont pouvoir accélérer la digitalisation du secteur de l'optique. Eyecontact, de son côté, va pouvoir profiter des connaissances sectorielles de ses deux nouveaux actionnaires pour mieux comprendre et s'adapter aux besoins des consommateurs, renforcer sa présence à l'international et accroître ses investissements dans la recherche et développement, et en immobilisations. La part détenue par ses deux nouveaux actionnaires permet à Laurent Mouhib et Younes Lefebvre de rester les actionnaires majoritaires.

Source : les auteurs

Document 6 : Le progrès technologique au service de l'innovation de Eyecontact

Les équipes de recherche et développement de Eyecontact se sont appuyées sur les progrès technologiques du monde entier pour développer un portefeuille de brevets assez conséquent.
Tout d'abord, l'entreprise a été la première au niveau mondial à offrir une expérience d'essayage en temps réel sur tout type d'appareils et plateformes numériques grâce à la maîtrise de la réalité augmentée. Par la suite, l'entreprise a investi dans la mise en place de la réalité diminuée. Cette innovation révolutionnaire consiste à supprimer digitalement un élément du monde réel. Elle offre aux porteurs de lunettes l'occasion de faire l'expérience de la tendance « essayer avant d'acheter » grâce à la suppression virtuelle de leur monture, ce qui permet aux utilisateurs de faire des achats à partir de n'importe quel appareil mobile, d'à peu près n'importe où, sans avoir à retirer leurs verres correcteurs du visage.
Par ailleurs, des équipes de photographes et designers hautement qualifiés s'occupent quotidiennement de numériser des modèles de lunettes en 3D à l'aide des vingt dispositifs Studios Box. Avec une moyenne de 4 000 paires de lunettes numérisées par mois, la base de données de Eyecontact est la plus grande base de données de montures 3D au monde, représentant plus de 140 000 références.
Pour développer ses solutions numériques, Eyecontact utilise, entre autre, l'intelligence artificielle, en développant des algorithmes avancés permettant en quelques millisecondes de supprimer une paire de lunettes réelle ou de générer une paire de lunettes digitalisées sur un visage.
Enfin, une équipe d'experts en technologie web a organisé le déploiement de ces différentes fonctionnalités sur les plateformes mobiles, offrant une solution sans compromis sur la qualité du résultat attendu, et ne nécessitant aucune installation d'application. Ils ont également développé des filtres spécialement conçus pour un usage sur les réseaux sociaux tels que Snapchat, Instagram et Tiktok.
Toutes ces innovations ont été possibles grâce à l'ensemble des ressources financières récoltées par Eyecontact, mais aussi parce que celle-ci a fait le choix d'investir chaque année plus de 30 % de son chiffre d'affaires dans sa recherche et développement.

Source : les auteurs

Document 7 : L’évolution du portefeuille produits de Eyecontact

Le cycle de vie d’un produit conçu à partir des nouvelles technologies de l’information devient très vite obsolète. Eyecontact veille donc à innover sans cesse afin de rester leader sur son marché et d’éviter le risque d'obsolescence des technologies sur lesquelles l’entreprise s’appuie pour se développer.

Des acteurs majeurs du *web* comme Google, Apple ou même OpenAI investissent également des ressources financières colossales dans le développement de ces technologies afin d’innover toujours plus ; le risque de se retrouver un jour avec un concurrent majeur aux ressources quasi illimitées est donc réel pour Eyecontact. À titre d’exemple, l'entreprise Snapchat revendique pas moins de 363 millions d’utilisateurs quotidiens dans le monde avec plus de six milliards de filtres appliqués chaque jour et 250 millions de personnes s’en envoyant chaque jour. Aujourd’hui, Snapchat veut accélérer l’exploitation de ce savoir-faire en réalité augmentée, en développant une offre bien plus large et commercialisable. D’autres entreprises travaillent également sur la conception d’écrans spéciaux permettant de ne plus avoir besoin de porter des lunettes pour en lire le contenu. Enfin, des laboratoires américains sont même parvenus à créer des gouttes à insérer dans les yeux se substituant à l’usage de paires de lunettes ou de lentilles traditionnelles.

Pour limiter ces risques, l’entreprise Eyecontact continue de développer et d’améliorer ses produits, ainsi que sa base de données 3D.

D’autres menaces sont également présentes au quotidien dans le cadre de l’activité de l’entreprise. Le cœur de métier de Eyecontact est en effet intimement lié aux technologies du numérique et les risques inhérents à l’utilisation de ces dernières sont bien présents : les pannes matérielles (infrastructure réseau, serveurs, terminaux, etc), ou encore les pannes logicielles (bugs, erreurs, virus, etc).

Source : les auteurs

Document 8 : Les risques liés au numérique tendent à se diversifier

Depuis l'explosion du digital, les entreprises sont confrontées à de nombreux risques liés au numérique qui ne se limitent pas à la criminalité. Les menaces sont aujourd'hui nombreuses et les attaques sont menées à des fins économiques et financières, de déstabilisation, d'espionnage ou encore de sabotage.

Quelques exemples :

Easyjet a fait les frais en mai 2020 d'acte d'hameçonnage (ou *phishing*) puisque 9 millions de données ont été piratées. Il s'agissait alors principalement de données clients comme des adresses de courriel ou des itinéraires de voyage. Ces faits laissent présager d'un risque important d'hameçonnage, bien que l'entreprise ait rapidement prévenu les clients concernés. La rapidité de prise en charge de cette cyberattaque n'a par ailleurs pas empêché une perte de confiance de millions d'utilisateurs et une plainte collective montée par plus de 10 000 clients, ce qui pourrait coûter plusieurs millions de livres à la compagnie aérienne britannique.

Une attaque par rançongiciel (ou « *ransomware* ») dont a été victime Bouygues Construction en 2020. À la suite de l'intrusion d'un rançongiciel dans son système d'information bloquant l'accès aux données internes, l'entreprise a vu ses fonctions support paralysées. La réactivité du groupe avec la suspension automatique du système informatique n'aura pas pu éviter la main mise par les pirates sur des données confidentielles. Ces dernières seraient rendues moyennant une rançon de plusieurs millions de dollars.

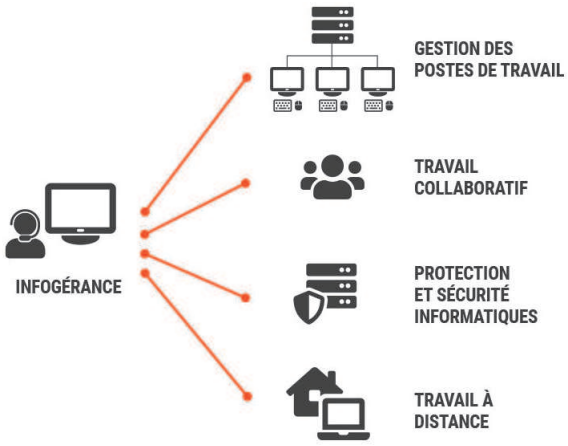
Alors en pleine bataille contre la première vague de la Covid-19, l'Assistance Publique-Hôpitaux de Paris a ainsi été la cible d'une attaque *DDoS*[7] qui a rendu une partie des serveurs de l'AP-HP inaccessibles, à cause d'une surcharge de requêtes inutiles. Une heure durant, l'AP-HP a dû couper les accès aux outils internes et aux courriels pour les salariés alors en télétravail.

Les « attaques indirectes par rebond via un prestataire », qui augmentent de 5 % pour atteindre les 21 %, entrent pour leur part dans le Top 10 des cyberattaques ! Une progression qui reflète la réalité d'une année 2021 marquée par les attaques sur la *Supply Chain* logicielle avec les incidents SolarWinds et Log4J.

Source : extraits adaptés de https://www.gpomag.fr/web/technologies/strategie-numerique/risques-numerique

[7] *Distributed denial of service* : cyberattaque visant à rendre indisponible un serveur informatique.

Document 9 : Le tout numérique est-il la solution idéale pour les entreprises et leurs salariés ?



L'infogérance

L'infogérance est une forme d'externalisation informatique. Elle consiste à déléguer la gestion d'une partie ou de l'ensemble du système d'information d'une entreprise à un prestataire ; elle peut concerner le matériel, les systèmes d'exploitation, les applications ou encore l'aide aux utilisateurs.

Recrutement et intelligence artificielle

L'intelligence artificielle peut être un atout dans le recrutement. Nous recevons près d'un million de candidatures par an dans le monde […]. Nous avions besoin d'outils qui nous aident à gagner du temps dans le processus de recrutement, à traiter plus de candidatures et à présélectionner des candidats au-delà du CV. […] Nous utilisons Mya, un agent conversationnel (*chatbot*) destiné aux candidats […] qui va leur poser des questions exclusivement fermées. […] Cela permet de voir si le candidat remplit les premiers critères du poste.

Droit à la déconnexion, un enjeu RH



Sources adaptées : https://www.itpro.fr/le-droit-la-deconnexion-explique-en-infographie/ https://www.focusrh.com/logiciels-rh/erpsirh/preselection-des-candidats-l-oreal-mise-sur-l-intelligence-artificielle-32086.html https://www.fcnet.fr/infogerance

Document 10 : Eyecontact fait confiance à ses collaborateurs

Les fondateurs et dirigeants de Eyecontact, Younes Lefebvre et Laurent Mouhib, ont à cœur d'offrir au personnel de l'entreprise un environnement de travail agréable et fonctionnel. La convivialité et le développement personnel sont au cœur des relations. Les salariés doivent se sentir bien à leur poste de travail.

Pour cela, l'environnement de travail a été conçu au sein d'un bâtiment flambant neuf équipé de salles de réunion avec des technologies sans fil et des logiciels adaptés aux besoins de collaboration et de créativité de l'entreprise : écrans tactiles et outils d'annotation associés, tableaux mobiles digitaux avec la possibilité de prendre des notes à la volée, d'y ajouter des photos ou des captures d'écran, papillons (*post-its*) digitaux, etc.

Afin d'améliorer la qualité du travail à distance et parce que certains salariés sont en 100 % télétravail, les salles ont été dotées de caméras grand angle pour faciliter la visualisation des contenus ou des interventions lors de réunions à distance.

En plus d'une salle de pause, au 5ème étage se trouve un réfectoire avec de quoi réchauffer ou stocker son repas. On peut même profiter d'un toit terrasse et d'un terrain de pétanque les jours ensoleillés !

Par ailleurs, les dirigeants pensent que la confiance est le fondement d'une relation durable. Ils sont convaincus qu'il est plus efficace de partager l'information et de permettre à des niveaux intermédiaires de prendre des décisions quand cela s'y prête. Cela permet de responsabiliser les collaborateurs qui s'impliqueront davantage par reconnaissance pour la confiance qu'on leur accorde. Tout type de sujets est discuté au sein d'un comité de direction intermédiaire composé de collaborateurs de différents services et de différents niveaux hiérarchiques, pour mettre en place de nouveaux projets. L'entreprise cherche ainsi à permettre à chaque membre de l'équipe de s'épanouir, autant professionnellement que personnellement.

Enfin, l'entreprise a à cœur de développer une politique RSE afin d'avoir un impact positif sur la société, de respecter l'environnement tout en étant économiquement viable.

Source : document interne

Document 11 : Entretien avec la responsable ressources humaines de l'entreprise Eyecontact

Brigitte Thibaut, responsable des ressources humaines chez Eyecontact, confie les secrets de l'entreprise pour recruter, motiver et fidéliser ses collaborateurs.

Question : Avez-vous rencontré dernièrement des difficultés pour recruter de nouveaux talents ?

B. Thibaut : Pour faire face à ce fléau qui touche la plupart des entreprises du secteur des hautes technologies, nous avons mis en place une politique de gestion de nos ressources humaines innovante en essayant d'être le plus proche possible des nouvelles attentes des collaborateurs et de l'évolution des modes de vie actuels. Pour pouvoir recruter les profils recherchés, nous avons étendu notre zone de recherche à toute la France : ainsi certains collaborateurs habitent en Bretagne ou dans le nord-ouest de la France et travaillent uniquement à distance. Enfin, nous misons aussi sur la formation pour permettre aux salariés qui le souhaitent une évolution de carrière.

Question : Pouvez-vous nous présenter les moyens de communication internes utilisés chez Eyecontact ?

B. Thibaut : En moyenne, nos collaborateurs sont sur site deux jours par semaine. Il y a même 25 % de nos effectifs qui sont en 100 % télétravail. Cela nous permet de recruter de bons profils, peu importe où ils se trouvent et ainsi de faire face aux limites de la mobilité. Il nous faut donc plus que jamais rester connectés. C'est pourquoi nous avons mis en place des outils numériques dédiés : la plateforme collaborative *Onedrive* de Microsoft Office 365 pour collaborer à distance et partager des informations de façon centralisée et accessible par tous les employés, *Teams* comme messagerie instantanée, beaucoup de nos communications directes passent par-là, que ce soit pour aller boire un café ou discuter d'un détail avec une équipe. *Steeple* est notre réseau d'entreprise, on y communique les nouveautés, les évènements internes, les réussites. *My Eyecontact Space* est notre intranet, il regroupe toute la documentation obligatoire et pratique à avoir sous la main : convention collective, règlement intérieur, livrets d'accueil, etc. Tous ces outils sont en ligne pour offrir au personnel un accès optimisé.
De plus, parce qu'on croit en l'autonomie de nos collaborateurs, ils ont la possibilité d'adapter leur journée de travail avec l'accord de leur manager : heure d'embauche et débauche, pause repas, etc.

Question : Pouvez-vous m'expliquer comment vous arrivez à développer la cohésion au sein de l'entreprise ?

B. Thibaut : Afin de favoriser le lien social entre les équipes, nous organisons régulièrement un événement au sein de nos locaux (Pâques, Halloween, etc.) ainsi que des jeux et concours en ligne pour que nos collaborateurs en télétravail puissent aussi participer (concours du plus beau sapin de Noël, quiz, etc.). Le comité social d'entreprise organise aussi chaque trimestre une soirée pour permettre à l'ensemble des collaborateurs de se retrouver autour d'un *bowling*, d'un *escape game*, d'un jeu de réalité virtuelle, etc. Un petit déjeuner est offert une fois par mois aux collaborateurs sur site, pour une pause-café conviviale. Ces moments ludiques contribuent fortement à la création d'un climat de travail propice à l'épanouissement de chacun et améliorent la cohésion du groupe.

Question : Comment l'entreprise Eyecontact parvient-elle à fidéliser ses collaborateurs ?

B. Thibaut : Chez Eyecontact, chaque nouveau collaborateur est très attendu ! C'est pourquoi l'étape de l'intégration est cruciale pour assurer une expérience collaborateur aux petits oignons et permettre à tout le monde de bénéficier du meilleur accueil possible. Pour concrétiser cela, nous avons mis en place un parcours d'intégration et de suivi efficace.
La formation est aussi un élément clef très encouragé chez nous et afin de le faire vivre au mieux nous avons mis en place un plan de développement des compétences à partir de la *Eyecontact Academy*. Il s'agit d'une plateforme numérique collaborative alimentée en interne avec du contenu type tutoriels/formations pour faire du partage de connaissances et compétences entre collaborateurs. Par ailleurs, 50 % des collaborateurs ont été formés en 2022, suite aux souhaits de formation énoncés lors de leur entretien professionnel annuel.
Chaque année, nous fêtons l'anniversaire de nos salariés pour leur montrer notre considération.
Nous avons mis en place un programme de fidélité pour récompenser l'engagement de nos collaborateurs et nous avons instauré une politique salariale équitable définie selon une grille salariale basée sur le nombre d'années d'expérience, le type d'expérience, le niveau technique et les tendances du marché.
Enfin, l'évolution en interne est encouragée et arrive fréquemment, avec de belles histoires de « reconversion » à notre actif. En 2022, nous avons atteint le taux de 10,3 % de promotion interne.

Source : les auteurs

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV© avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV©, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV© se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.