

# POURQUOI ILS

— MARINE COCHARD —



— SVP CONTROLLING & FINANCE  
TRANSFORMATION —

# TRAVAILLENT AVEC NOUS

Après une expérience de plus de 15 ans en contrôle de gestion dans différents secteurs d'activité, Marine accompagne depuis plusieurs années la transformation de la fonction Finance au sein de sociétés internationales.



Plutôt que d'afficher le logo des clients qui nous ont fait confiance, nous **préférons leur donner la parole** pour qu'ils aient l'occasion de partager leurs retours d'expérience, les résultats obtenus, leurs visions et les

ambitions que nous nous sommes efforcés de servir au mieux dans ces « **Pourquoi ils travaillent avec nous** »

**Let's shake things up to create value !**

# POURQUOI ILS TRAVAILLENT AVEC NOUS

— MARINE COCHARD —

# believe®

*Believe est l'un des leaders mondiaux du marché de la musique numérique. Believe a pour mission d'accompagner des artistes et des labels indépendants en leur offrant des solutions digitales adaptées à leurs besoins évolutifs à chaque étape de leur développement. Believe s'appuie sur sa plateforme technologique, sur l'expertise digitale unique de ses collaborateurs pour conseiller ses artistes et ses labels, distribuer et faire la promotion de leur musique.*

*Présents dans plus de 50 pays les accompagnent avec une expertise digitale unique, respect, équité et transparence. Believe offre ses différentes solutions à travers un portefeuille de marques incluant entre autres TuneCore, Nuclear Blast, Naïve, Groove Attack ou encore AllPoints. Believe est cotée sur le compartiment A du marché réglementé d'Euronext Paris*

[www.believe.com](http://www.believe.com)

## Pour vous, quels sont les enjeux d'une Finance digitale ?

— La finance digitale doit répondre aux enjeux de rapidité, de fluidité, de maîtrise et de partage des données financières. Nous ne sommes plus dans une finance cloisonnée avec un lien purement « client/fournisseur » avec les autres directions.

Aujourd'hui, le digital permet plus de porosité entre tous les acteurs de l'entreprise (directions opérationnelles, achats, business, actionnariats...). Les outils et les technologies digitales permettent d'aller dans ce sens, de multiplier les interactions mais nécessitent en amont d'être sécurisés et maîtrisés et mettent en lumière la gestion de la data.

La donnée financière n'est plus la propriété exclusive de la finance. Elle est partagée, mise à disposition et



possiblement utilisée avec des données non financières. On doit, dès lors que l'environnement finance est ouvert à d'autres utilisateurs, s'assurer de la fiabilité de la donnée afin qu'elle soit utilisée de manière optimum. Il convient alors de créer les passerelles entre les

différents applicatifs et d'avoir une donnée source fiable.

## Quels sont les changements pour votre Finance ? Pour vos équipes et leurs compétences ? Pour vos processus ?

— Cette évolution est déjà visible sur les compétences et les équipes. Par exemple, chez Believe, nous avons des contrôleurs de gestion mais aussi des business analystes au sein des directions opérationnelles. Ces équipes sont amenées à collaborer, elles doivent être complémentaires dans leur usage des données tout en veillant à la cohérence.



Globalement, et sans être original, nous recherchons des profils de candidats ayant un intérêt et une aisance dans l'utilisation des outils et des solutions digitales. Des profils qui savent faire le lien avec les autres directions et ayant la capacité à vulgariser « le financier ». Par exemple, comment je rends intelligible mes analyses, mes indicateurs, mes données financières à d'autres utilisateurs qui n'ont pour le coup pas la même profondeur de connaissance de l'environnement financier. Nous devons, pour une fonction consolidation, vulgariser les IFRS.

## Quelles sont les nouvelles missions de la Finance ?

— Les missions de la finance commencent à pivoter. Mais, en prérequis, il faut déjà atteindre un certain niveau de maturité dans la

Les directions financières et transformations se croisent régulièrement grâce aux nombreuses opportunités de se rencontrer. Un deuxième type d'action a été la vulgarisation et le partage d'information étendu aux équipes.

avoir peur de changer, il faut lui donner les moyens d'affronter la nouveauté. Cela veut dire contextualiser la raison pour laquelle on envisage le changement et ce que cela peut apporter. Il faut aussi dédramatiser et casser les légendes. Nous avons le droit de tester, de faire des erreurs et déculpabiliser le fait de ne pas être un expert de la solution.

## Let's shape the future of music together

gestion des fondamentaux des missions de la finance pour aller ensuite chercher des ambitions supérieures. Il faudrait finalement apprendre à vivre différemment. Par exemple, dans le secteur assurantiel ou bancaire où il y a des modèles avancés et de l'IA avec des millions de data, on fait en partie le deuil de « je sais exactement comment la donnée est construite ». On n'évolue pas dans ces environnements chez Believe mais on doit tendre vers cet objectif et accompagner les équipes. Les missions changent et nous devons nous projeter et faire opérer de manière automatisée les tâches à faible valeur ajoutée. L'objectif est de dégager du temps pour être en support d'une stratégie, pour réduire le temps consacré à regarder le passé et pour basculer sur du prévisionnel. Il est aussi important aujourd'hui d'ouvrir la finance à d'autres horizons (RSE, sociétal, environnemental...).

Nous avons fait plusieurs sessions de partage d'information par exemple sur la thématique du RPA. Cela a permis au moment où l'on a enclenché une transformation profonde dans la structuration des directions, combiné à une augmentation des charges de travail, de faire passer le message suivant : « ce n'est pas la fin de l'histoire, nous

## Quels sont les domaines prioritaires pour votre entreprise ? Marketing, relation client, monitoring de la performance ?

— Believe s'inscrit très fortement dans l'accompagnement du client. Une des priorités est de s'assurer d'avoir toujours les meilleures solutions digitales à fournir aux artistes et aux labels, d'avoir la meilleure expérience utilisateur possible. Rechercher, par la digitalisation, l'amélioration continue de l'expérience utilisateur, que ce soit dans l'ergonomie, les fonctionnalités, la portabilité ou la consultation des données

believe.

Supporting local talents wherever they are

ne sommes peut-être pas prêts mais les efforts demandés sur la refonte des processus nous permettrons, à terme, d'envisager des solutions de RPA et voir ce que cela peut engendrer comme cas d'usages ». Le troisième type d'action est une obligation de rapidité car Believe avait des vides applicatifs. Par exemple, nous n'avions pas de direction de trésorerie mais lors de l'arrivée du trésorier, il connaissait parfaitement une solution leader et on ne s'est pas posé la question pour la déployer.

## Comment aborder vous au sein de votre Finance les projets de digitalisation ?

— Nous avons mené 3 actions différentes mais complémentaires. Nous avons fait des actions de veille essentiellement menées conjointement par la transformation finance et l'équipe SI Finance. Nous rencontrons, par exemple, des partenaires potentiels. Nous participons aussi à des retours d'expérience ou des tables rondes.

## Concrètement, au quotidien, quels sont les principaux changements, freins ?

— Nous revenons à contextualiser et donner du sens. L'être humain peut



Fondée en 2020, The Why Factor Company est un cabinet de conseil et d'entrepreneuriat numérique qui conseille, assiste, construit et co-entreprind avec ses clients. Un acteur qui adresse, par le diagnostic, les enjeux de transformation, d'amélioration de la performance, de recherche et d'activation des relais de croissance. Un modèle « Best of Breed » avec son HUB, composé de 12 partenaires (500 personnes) qui agrège et hybride les métiers de conseil, d'agence, de technologie, des solutions et du financement pour adresser les sujets de Leadership, Restart & Transformation.