



David VERGOGNAN, cofondateur Clémence Consulting

BIO EXPRESS



Avec plus de 20 ans d'expérience de conseil chez IBM, Capgemini, David Vergognan est le co-fondateur de Clémence Consulting. Le cabinet de conseil s'adresse aux grandes entreprises de l'énergie & mobilité, l'industrie et la banque. Clémence Consulting est spécialisée dans la digitalisation des services et des processus, en particulier MKT, Ventes et Finance.

EN BREF

David Vergognan – co-fondateur
Clémence Consulting
6-6 Bis Villa des entrepreneurs - 75015 Paris
06 33 48 50 11
dvergognan@clcg.fr
www.clemenceconsulting.fr



Clémence Consulting : innover avec éthique pour transformer durablement

Depuis 18 ans, Clémence Consulting accompagne de grands groupes dans leurs transformations, de l'électromobilité à la décarbonation des bâtiments, en plaçant pilotage transversal et performance durable au cœur de sa méthode. Un credo : l'innovation n'a de sens que si elle repose sur un cadre éthique solide et une capacité d'accélération face aux défis.

Présentez-nous Clémence Consulting et son ADN particulier.

Clémence Consulting est née il y a 18 ans avec l'ambition d'accompagner les grandes entreprises dans leurs transformations stratégiques et opérationnelles. Nous travaillons avec des acteurs majeurs comme EDF, Stellantis, TotalEnergies ou BNP Paribas. Notre rôle de consultant est d'aider nos clients à dépasser les silos, à exploiter la donnée et l'intelligence artificielle pour gagner en performance durable, tout en concevant et en déployant des produits numériques fiables. Notre ADN repose sur l'innovation, l'agilité et la construction de relations de long terme, sur un modèle hybride : 30 % de collaborateurs internes et 70 % d'experts issus d'écosystèmes spécialisés.

Quelles sont les missions premières de Clémence Consulting ?

Nous intervenons principalement dans deux domaines clés : la transition vers l'électromobilité et la décarbonation des parcs immobiliers tertiaires. Dans le premier cas, il s'agit d'accompagner l'adaptation industrielle et le déploiement d'infrastructures adaptées à la mobilité électrique. Dans le second, nous aidons nos clients à améliorer l'efficacité énergétique et la valorisation patrimoniale de leurs bâtiments. Ces projets posent des défis communs : leur réussite dépend de la capacité à piloter transversalement, à aligner toutes les parties prenantes et à industrialiser les processus. Nous jouons donc un rôle de catalyseur, en fluidifiant les opérations en établissant un langage commun entre directions et partenaires, et en instaurant des dispositifs robustes de reporting et de pilotage. Ce qui compte, c'est la capacité à accélérer les décisions et à mettre en place une "tour de contrôle" qui assure un suivi intégré des performances énergétiques, carbone, financières et opérationnelles. Qu'il s'agisse de

mobilité électrique ou de bâtiments durables, nous transformons des ambitions complexes en résultats concrets grâce à cette approche systémique.

En quoi l'éthique est-elle, selon vous, à placer au cœur de l'innovation ?

Nous sommes convaincus que l'innovation technologique ne peut être durable que si elle repose sur un cadre éthique solide. L'intelligence artificielle, par exemple, doit être utilisée pour anticiper, fiabiliser et automatiser, mais toujours avec des garde-fous : respect des données sensibles, explicabilité des algorithmes et maintien d'un contrôle humain. De la même manière, les modèles XaaS et l'économie de l'abonnement ouvrent de nouvelles perspectives de croissance, mais ils exigent une gouvernance transparente, une conformité stricte aux réglementations comme le RGPD ou la CSRD, et une simplicité contractuelle pour les clients. L'éthique n'est donc pas une contrainte, mais une condition de confiance et de compétitivité.

Quels sont selon vous les principaux défis à relever ?

Les entreprises font face à une triple exigence. Sur le plan technologique, il faut intégrer des systèmes hétérogènes, automatiser davantage et sécuriser la donnée dans un contexte d'abonnement et d'usage. Sur le plan organisationnel, le passage d'une logique de vente ponctuelle à une relation continue avec le client implique une transformation profonde des équipes et une culture davantage tournée vers la valeur d'usage. Enfin, sur le plan réglementaire, les obligations de transparence et de conformité se renforcent. Au-delà des outils que nous proposons, la clé réside dans la capacité d'accélération, de décision et de transversalité. C'est cette dynamique qui permettra de sécuriser et de réussir la transformation.