

01

BUSINESS & TECHNOLOGIES

Steve Jobs

1955-2011



France Metro: 5€ - DOM: 6,20€ - Belgique: 5,50€ - Suisse: 9,50 CHF - Canada: 8,50 \$ - Luxembourg: 5,50€

M 02995 - 2101 - F: 5,00 €



Passez à la virtualisation haute disponibilité avec IBM et Microsoft®.

IBM et Microsoft® allègent vos coûts et votre charge de travail avec une offre intégrant des matériels, des logiciels et des services qui améliorent la continuité de fonctionnement de vos applications sous Windows®. Avec l'offre IBM 4U Pack Express for Virtualization, vous pouvez déployer et piloter aujourd'hui une infrastructure virtualisée à haute disponibilité pour vos applications et machines virtuelles sous Microsoft® Windows® Server Hyper-V™.



IBM 4U Pack Express for Virtualization

À partir de
24 000 € HT¹

Cluster de 2 serveurs IBM System x3550 M3 Express
2 processeurs Intel® Xeon® E5620, 48 Go RAM, connexion 6 Gbit SAS et RAID hardware à 6 Gbit/s
Une baie de stockage de 10 disques SAS IBM DS3512 de 3 To (10 x 300 Go 15 000 rpm)
Microsoft® Windows® Server 2008 R2 Datacenter Edition
Microsoft® System Center Virtual Machine Manager, pouvant gérer jusqu'à 5 machines physiques.
Garantie : 3 ans²

IBM System x3400 M3 Express

À partir de
673 € HT¹

Réf. : 7379KFG

Processeur Intel® Xeon® E5506 quatre cœurs 2,13 GHz
1 x 4 Go, 0 Go SATA (3,5") remplaçable à chaud
ServeRAID M1015, DVD multiburner
Alimentation 1 x 920 W remplaçable à chaud redondante
Garantie : 3 ans²



IBM System Storage DS3500 Express

À partir de
5 350 € HT¹

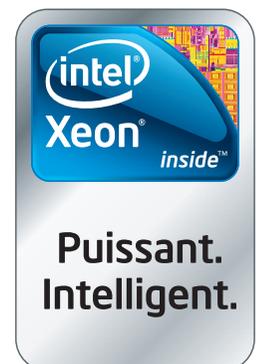
Réf. : 1746A2D

Deux contrôleurs actifs remplaçables à chaud
Mémoire cache de 1 Go par contrôleur (alimentée par batterie) avec mise à niveau jusqu'à 2 Go
Jusqu'à 96 disques : disques hautes performances SAS, Nearline SAS et SAS SED
Baies EXP3512 (12 disques 3,5" 2U) et EXP3524 (24 disques 2,5" 2U), intermix possible derrière un contrôleur
Garantie : 3 ans²



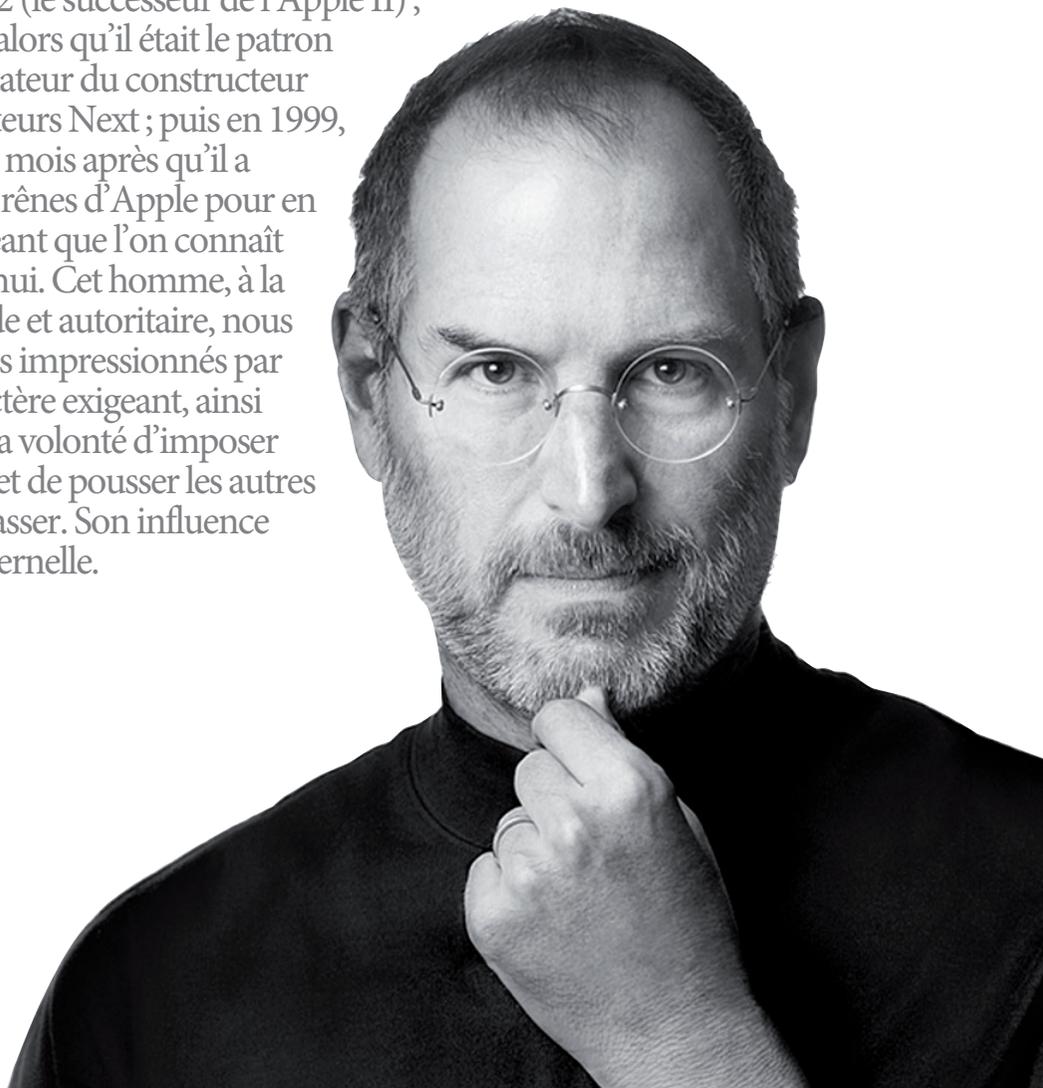
En savoir plus sur l'offre
ibm.com/systems/fr/express1

¹Prix HT, TVA 19,6 %. Offres réservées aux entreprises et collectivités locales, valables dans la limite des stocks disponibles chez nos revendeurs, chacun restant libre de ses prix. Informations correctes au moment de la mise sous presse. Les prix dépendent de la configuration. ²Couverture 9 h/j, 5 j/7, intervention prévisionnelle le jour ouvré suivant, sur site pour certains composants. Le support téléphonique peut être payant. IBM, le logo IBM, ibm.com, ibm express advantage, System Storage et System x sont des marques d'International Business Machines Corporation aux États-Unis et dans d'autres pays. Les symboles ® ou ™ attachés à la première occurrence de ces marques et d'autres marques IBM indiquent des marques détenues aux États-Unis par IBM au moment de la publication de ces informations. Ces marques peuvent également être déposées dans d'autres pays. La liste des marques IBM est disponible sur Internet sous la rubrique Copyright and trademark information, à l'adresse www.ibm.com/legal/copytrade.shtml. Intel, le logo Intel, Intel Core, Intel Inside, Intel Inside logo, Xeon et Xeon Inside sont des marques d'Intel Corporation ou de ses filiales aux États-Unis, dans d'autres pays ou les deux. Microsoft, Windows et Windows Server Hyper-V sont des marques de Microsoft Corporation ou de ses filiales aux États-Unis, dans d'autres pays ou les deux. Compagnie IBM France, Société par Actions Simplifiée au capital de 639 291 962,10 € - Siège social : 17 avenue de l'Europe - 92275 Bois-Colombes Cedex - RCS Nanterre 552 118 465. ©2011 IBM Corporation. Tous droits réservés.



LA RÉDACTION A...

PLEURÉ la mort de Steve Jobs. Disparu à 56 ans des suites d'un cancer, ce génie a non seulement chahuté le monde informatique traditionnel, mais il a aussi, et surtout, révolutionné notre perception des technologies, bousculant nos usages numériques. La rédaction a rencontré Steve Jobs à plusieurs reprises : en 1984 lors de la sortie en France de l'Apple 32 (le successeur de l'Apple II) ; en 1987, alors qu'il était le patron et le fondateur du constructeur d'ordinateurs Next ; puis en 1999, plusieurs mois après qu'il a repris les rênes d'Apple pour en faire le géant que l'on connaît aujourd'hui. Cet homme, à la fois timide et autoritaire, nous a toujours impressionnés par son caractère exigeant, ainsi que par sa volonté d'imposer ses idées et de pousser les autres à se surpasser. Son influence restera éternelle.



MAXPPP

LES MOTS CLÉS DE LA SEMAINE

Paiement mobile

Gouvernance **Open source** **Management**
Progiciels **Logistique** **Référencement**
Postes de travail **Mobilité**
Cloud Empreinte carbone **Télécoms**
Géolocalisation **Information publique** **Open data**

Postes de travail : p. 7, 34, 40, 56
 Cloud : p. 21, 33, 36
 Management : p. 26, 30, 51
 Information publique : p. 10, 33
 Mobilité : p. 7, 29
 Open data : p. 16, 34
 Open source : p. 19, 28
 Télécoms : p. 11, 29
 Empreinte carbone : p. 15
 Géolocalisation : p. 13
 Gouvernance : p. 18
 Logistique : p. 16
 Paiement mobile : p. 14
 Progiciels : p. 21
 Référencement : p. 12



Frédéric Simottel
Rédacteur en chef

La mort d'un créateur

Ne laissez pas le brouhaha extérieur étouffer votre voix intérieure. Ayez le courage de suivre votre cœur et vos intuitions. » Steve Jobs aimait mettre en avant la créativité, l'instinct, la volonté de se surpasser et de convaincre. Il était persuadé qu'en étant certain de son talent, on ne pouvait qu'y arriver. S'appliquant à lui-même ces postulats, il était perçu comme tyrannique et cynique. Il cherchait peut-être simplement à être aussi intransigeant avec ses collaborateurs qu'avec lui-même. Son génie n'était pas communicatif, mais ses arguments pour convaincre étaient tels, sa détermination si grande qu'il parvenait à faire passer ses idées. Des décisions parfois brutales, qui s'accompagnaient souvent de coups de gueule homériques. Au final, les résultats étaient au rendez-vous. Steve Jobs restera un

modèle. Systématiquement tourné vers l'utilisateur, il a réussi parce qu'il ne plaçait pas la technologie au-dessus de tout. Il savait repérer le meilleur et l'assembler avec génie, tant au niveau des technologies que des talents humains. Une autre de ses forces est d'avoir su puiser dans ses échecs l'énergie pour rebondir et aller encore plus haut. Viré rudement, au milieu des années 80, de la société qu'il avait fondée, il en reprend le commandement une dizaine d'années plus tard. Il s'est alors littéralement reconstruit et a rebâti une stratégie beaucoup plus épurée. « *Il croit en ses rêves* », disent ses collaborateurs de l'époque. « *L'innovation, c'est une situation qu'on choisit parce qu'on a une passion brûlante pour quelque chose* », répète Steve Jobs. Il a donné un visage différent à l'industrie informatique et a humanisé cet univers. Aujourd'hui disparu, sa réussite sera universelle, si Apple lui survit. ■

« L'innovation est une situation que l'on choisit parce qu'on a une passion brûlante pour quelque chose »

modèle. Systématiquement tourné vers l'utilisateur, il a réussi parce qu'il ne plaçait pas la technologie au-dessus de tout. Il savait repérer le meilleur et l'assembler avec génie, tant au niveau des technologies que des talents humains. Une autre de ses forces est d'avoir su puiser dans ses échecs l'énergie pour rebondir et aller encore plus haut. Viré rudement, au milieu des années 80, de la société qu'il avait fondée, il en reprend le commandement une dizaine d'années plus tard. Il s'est alors littéralement reconstruit et a rebâti une stratégie beaucoup plus épurée. « *Il croit en ses rêves* », disent ses collaborateurs de l'époque. « *L'innovation, c'est une situation qu'on choisit parce qu'on a une passion brûlante pour quelque chose* », répète Steve Jobs. Il a donné un visage différent à l'industrie informatique et a humanisé cet univers. Aujourd'hui disparu, sa réussite sera universelle, si Apple lui survit. ■

TENDANCES

- 7. **DISPARITION** Steve Jobs, un entrepreneur high-tech lumineux, s'éteint
- 13. **DÉCRYPTAGE** Le marketing géolocalisé expliqué à votre DG
- 14. **USAGES** Le mobile favorise l'arrivée de services de paiement alternatifs
- 15. **GREEN TECH** Mettre en place les outils pour calculer l'empreinte carbone
- 16. **INDUSTRIE** Un bogue a-t-il bloqué les usines de PSA Peugeot Citroën ?
- 10. **STRATÉGIE** Aider les petits cabinets de conseil à accéder aux marchés publics
- 11. **MARCHÉ** Huawei et ZTE offrent de nouveaux choix pour les réseaux d'entreprises
- 12. **INTERNET** Le référencement passe aussi par les réseaux sociaux
- 17. **ADMINISTRATION** Inédit : un conseil général libère la totalité de ses informations
- 18. **ÉTUDE** Des DSI légèrement dépassées par le rythme des grandes transformations
- 19. **START UP** Trouver du sens dans un océan de fichier



EXPÉRIENCES

- 21. **APPLICATIONS** Ces entreprises qui confient leur business à l'ERP en ligne de SAP
- 26. **MANAGEMENT** Le groupe MMA renforce l'autonomie de ses managers
- 28. **INTERVIEW** Jean-Marie Plaszczynski, responsable du système d'information de la société de conseil CEIS
- 29. **MOBILITÉ** Téléphoner moins grâce aux smartphones
- 30. **RENCONTRE** Faire bénéficier les dirigeants de son expérience de « grand manager »
- 31. **JURIDIQUE** Noms de domaine : les .fr réservés disponibles sous conditions

OPINIONS

- 33. **GRAND EMPRUNT** Pourquoi pas un vrai cloud d'Etat ?
- 34. **HUMEURS** One last thing Les contradictions de l'open data
- 35. **ON EN PARLE DANS LES BLOGS**
- 36. **CARTE BLANCHE À...** Charles-Antoine Beyney, président et cofondateur de l'hébergeur BSO Network Solutions

DOSSIER

40. POSTES DE TRAVAIL

- 41. **ENJEUX** Le poste de travail doit s'adapter aux nouveaux usages
- 43. **NOMADES** L'Ultrabook s'impose comme l'avenir du PC portable
- 44. **MOBILITÉ** Les tablettes trouvent leur place en entreprise
- 46. **BUREAU VIRTUEL** Simplifier la gestion de son parc informatique

- 48. **ORDINATEUR PERSONNEL** Les constructeurs de PC reprennent le chemin de l'innovation



VOUS

- 51. **MANAGEMENT** Préparer et animer efficacement une conférence téléphonique
- 52. **RESSOURCES HUMAINES** « Prime de 1 000 euros » : qui est concerné ?
- 53. **STYLES**

- 54. **AGENDA**
- 56. **FLASH-BACK** Il y a onze ans, émergeaient les suites bureautiques gratuites
- 58. **PROCHAINEMENT DANS 01**

Ce numéro comporte un encart jeté Comexposium sur une diffusion totale, un encart jeté IP Convergence sur une diffusion totale, et un courrier de réabonnement sur une diffusion partielle d'abonnés.

Abonnez-vous en ligne sur www.kiosque01.com

ILS ONT CHOISI BOUYGUES TELECOM ENTREPRISES

“Nos cuisines sont modernes,
innovantes et personnalisées.
Tout comme notre opérateur.”

Bernard Fournier
Président Directeur Général

MOBALPA
CUISINES, BAINS & RANGEMENTS



Être client Bouygues Telecom Entreprises, c'est pouvoir compter sur :

- › **L'accompagnement** : un Service Clients dédié qui connaît votre entreprise et ses spécificités pour vous accompagner au quotidien.
- › **La fiabilité** : un réseau IP national à très haut débit en fibre optique et un réseau mobile 3G+ ou Edge en France et à l'international.
- › **Les solutions globales** : des solutions de convergence, de téléphonie fixe et mobile, de services Internet et d'interconnexion de réseaux.

1 MILLION DE PROFESSIONNELS ET ENTREPRISES NOUS FONT DÉJÀ CONFIANCE.

Découvrez nos solutions mobile, fixe, Internet et réseaux :

- au **3100** (gratuit depuis un fixe)
- sur bouyguetelecom.fr
rubrique **Entreprises**

Bouygues Telecom S.A. au capital de 616 661 789,28€. 397 480 930 RCS PARIS. Siège social : 32 avenue Hoche - 75008 PARIS. © T. Laisné / La Company



EN FAIRE PLUS POUR VOUS

ÉVÉNEMENT | 01

BUSINESS & TECHNOLOGIES

→ Dîner prestige le 20 octobre 2011 à Paris*

01 NUMERICA

VOYAGE AU CŒUR D'UNE MUTATION

4 ÉTAPES POUR VOUS ACCOMPAGNER DANS LA RUPTURE NUMÉRIQUE

01 rassemblait le jeudi 29 septembre dernier chez Laserre une vingtaine de DSI et Directions métiers pour débattre de l'impact de la révolution numérique sur les différents niveaux d'organisation de l'Entreprise.

- Prochaine étape de ce voyage en 4 dates,
Le 20 Octobre : l'Homme – De CIO à CNO (Chief Numeric Officer)
 - La consomérisation de la DSI
 - Le DSI créateur de valeur
 - Le DSI ouvert sur le monde (et les métiers)
- À suivre :
 - 17 novembre : les Technologies
 - 14 décembre : les Échanges

Programme détaillé et inscription : www.01numerica.evenium.com

** événement réservé aux DSI, Directions métiers et Directions Générales*

TENDANCES



Les réactions à la disparition de Steve Jobs. Ses succès, ses échecs, son parcours. P. 8

Les Chinois Huawei et ZTE s'attaquent aux entreprises françaises. P. 11

Le rythme des grandes transformations provoque des bouleversements incessants dans les DSI, selon une étude de Solucom. P. 18

DISPARITION Le fondateur d'Apple est décédé le 5 octobre 2011

Steve Jobs : un entrepreneur high-tech lumineux s'éteint

La planète informatique est en deuil.

La semaine dernière, le fondateur d'Apple a finalement succombé à la maladie qui le minait depuis de longues années. Une disparition qui a provoqué un fort émoi dans l'univers high-tech, tant cet homme suscitait l'admiration, voire la dévotion. Il faut dire que le parcours de cet informaticien est hors du commun. Né le 24 février 1955, Steve Paul Jobs entre chez Atari en 1974 en tant que développeur. Son objectif, alors, n'était pas de révolutionner l'informatique, mais de faire des économies pour... partir en retraite spirituelle en Inde.

Des débuts fulgurants, puis un licenciement

L'histoire d'Apple commence deux ans plus tard. Steve Jobs a tout juste 21 ans lorsqu'il cofonde l'entreprise avec Steve Wozniak et Ronald Wayne. Leur premier local est, bien sûr, un garage dans lequel ils développent l'Apple I, une machine artisanale qui va servir de tremplin pour l'Apple II, le premier micro-ordinateur fabriqué à grande échelle. Il se vendra à six millions d'exemplaires, faisant entrer son créateur dans le classement Fortune 400 dès 1982. Il a alors 27 ans. A peu près au même moment, il découvre l'interface graphique dans un laboratoire de Xerox et imagine Lisa, le premier ordinateur commandé par une souris. Ce sera le point de départ d'une déclinaison d'entrée de gamme qui fera un véritable tabac dans les arts graphiques, la presse et les entreprises : le Macintosh.



Affaibli par la maladie, Steve Jobs avait cédé les rênes de la société à Tim Cook le 24 août dernier.

D'un tempérament peu accommodant, Steve Jobs se retrouve pourtant licencié par sa propre entreprise, en 1985, à la suite d'une lutte interne. Toujours à la

À 27 ans, il découvre l'interface graphique chez Xerox et imagine le premier ordinateur... avec souris

recherche de bonnes idées, il rachète alors un studio d'animation à Georges Lucas. Ce sera Pixar, célèbre aujourd'hui pour ses nombreux blockbusters (*Toy Story 1 et 2, 1001 Pattes, Monstres*

et Cie). Il fonde également la société Next, et développe, entre autres, un nouveau système d'exploitation, multi-tâche et entièrement écrit en langage orienté objet (Objective C).

Ce logiciel propulse Steve Jobs de nouveau à la tête d'Apple. En panne d'innovations, l'entreprise rachète Next fin 1996, pour 429 millions de dollars. Quelques mois plus tard, Steve Jobs prend le poste de PDG. Il réoriente alors de manière radicale la stratégie commerciale de la société vers le design et l'innovation. C'est le début d'une série de grands succès, tous précédés

PAUL SAKIMURA/AP

CINQ PRODUITS CLÉS

MACINTOSH



Fenêtres, menus déroulants, souris, synthèse vocale...

Le Macintosh est un bol d'air à l'époque de l'écran vert et des touches de fonction. L'ordinateur quitte alors le bureau des techniciens pour celui de Monsieur Tout-le-monde.

IMAC



Avant l'iMac et ses couleurs acidulées, on ne se préoccupait pas du design des machines. Depuis, c'est un aspect essentiel de la conception, notamment des PC grand public. Cette obsession du design connaîtra son apogée avec le MacBook Air.

IPOD



Première incartade hors de l'univers informatique, l'iPod posera les jalons du renouveau d'Apple avec iTunes Store. La boutique de musique est devenue une librairie, une vidéothèque, un kiosque à journaux et un magasin d'applications envié par tous les concurrents.

IPHONE

Nokia, Motorola et Sony Ericsson, les ténors de la téléphonie, l'avaient méprisé lors de son lancement. Aujourd'hui, Apple gagne plus d'argent que tous ses concurrents réunis et il est devenu le premier vendeur de smartphones. Par quelles magies ? L'ergonomie, le glamour... et des millions d'applications.



IPAD

Personne ne croyait en l'iPad il y a encore deux ans. « Mais à quoi ça sert ? » répétait-on. Aujourd'hui, la tablette s'est forgée une catégorie à part entière. Elle est même présentée comme le futur de l'ordinateur et tous les fabricants de PC s'échinent à proposer la leur.



de la lettre « i » : iMac, iBook, iPod, iPhone, iPad. Le point commun de tous ces iproduits, l'innovation, ne tient pas seulement dans leur design. A plusieurs reprises, Steve Jobs a réussi à provoquer de véritables ruptures sur les marchés high-tech. L'iPod n'est pas seulement un appareil pour écouter de la musique – d'ailleurs, des lecteurs MP3 existaient déjà –, c'est aussi une autre manière de la diffuser et de la vendre, avec iTunes. Quant à l'internet mobile, il n'est réellement apparu qu'avec l'iPhone et son fameux App Store.

Un visionnaire exigeant

Mais les bonnes idées ne se cultivent pas n'importe comment. Sacré PDG de la décennie par *Fortune* en 2009, Steve Jobs était réputé pour sa personnalité agressive et exigeante, qui poussait les collaborateurs parfois au bout de leurs capacités. Il maniait également parfaitement l'art de la communication. Il a instauré dans l'entreprise une culture du secret hors norme, d'une part, et a réussi à transformer les simples conférences de presse en véritables grands-messes high-tech, ces fameux keynotes, toujours précédés de leur flot de rumeurs. Comme personne d'autre, il a su entretenir chez nous le désir de voir plus loin et d'imaginer autrement le numérique. ■

PIERRE BERLEMONT,
GILBERT KALLENBORN, ANICET MBIDA
ET FRÉDÉRIC SIMOTTEL

Les réactions

STEVE JOBS, L'HOMME

Philippe Lemoine, PDG du groupe Laser



« Dans le monde tel qu'il est, c'est déjà gênant de se dire qu'Apple est puissant parce qu'il fait de beaux produits. Ne risque-t-on pas d'être pris pour un naïf ? Mais si on ajoute qu'Apple a fait de beaux produits parce que Steve Jobs était une belle personne, on peut être certain qu'on sera pris pour un idiot. N'est-ce pas plus rassurant pour notre confortable cynisme d'insister sur son autoritarisme et son caractère ombrageux ? Et pourtant, en ce jour de la mort de Steve Jobs, il faut relire son discours de 2005 aux étudiants de Stanford. C'est tellement fort, tellement simple, tellement juste qu'on en a la chair de poule. Aux étudiants, Steve Jobs parlait de son origine modeste, des études qu'il n'avait pas pu faire, des connaissances qui servent ou pas, de comment il avait appris la calligraphie, du rôle imprévu que cela avait eu, du drame que cela avait été d'être débarqué d'Apple à l'âge de 30 ans, de ses combats, de l'acceptation de la mort. Oui, une belle personne ! »

LA PRIORITÉ AUX USAGES PLUS QU'AUX TECHNOLOGIES

Patrick Bertrand, directeur général de Cegid, président de l'Afdel, membre du Conseil national du numérique



« Plusieurs choses m'ont particulièrement marqué dans le parcours de Steve Jobs. D'abord, il s'est toujours systématiquement

tourné vers les utilisateurs. Il a pressenti que l'informatique devrait délivrer avant tout un usage. Cette vision représente un vrai challenge pour l'industrie. Ensuite, il a su que l'innovation ne devait pas être "technocentrée". Si je fais un parallèle avec notre situation, il n'y a pas que les hommes de la "techno" qui sont éligibles au Crédit d'impôt recherche. C'est en s'intéressant aux usages, que l'on sort de ce dogme. Et le génie de Steve Jobs vient de cette capacité à assembler ce qui existe déjà en termes d'usages et de technologies pour en faire un succès. »

Françoise Gri, présidente de Manpower France



« Steve Jobs a pensé toute sa vie différemment. Une volonté dont il a fait aussi une marque : "Think Different". Penser différemment la technologie pour la mettre au niveau du regard des hommes. Penser différemment le design comme

CINQ ÉCHECS PATENTS

NEWTON



Pour les plus optimistes, il reste un assistant personnel trop en

avance sur son temps. Sauf qu'en abandonnant la reconnaissance d'écriture en 1997, le Palm Pilot, lui, fera mouche.

PIPPIN



En 1995, Apple veut en découdre avec Sega, Nintendo et la Playstation de Sony. Il s'associe donc à Bandai pour lancer une console de jeu dérivée de son Power Mac de l'époque. Il en vendra moins de 42 000 !

ACCESSOIRES IPHONE-IPOD



Le marché des stations d'accueil et des enceintes pour iPhone et iPod est devenu énorme. Apple l'avait inauguré avec une drôle de brique, l'Apple Hifi, et une oreillette Bluetooth iPhone. Que l'on a oubliés.

XSERVE



Cette machine en rack devait avoir le même effet sur les serveurs que le Mac sur les PC de bureau : les rendre accessibles et faciles à exploiter par le commun des mortels.

SERVICES WEB

Du service eWorld de 1994 au plus récent Ping, en passant par Mobile Me, Apple n'a jamais brillé sur internet. Il tente aujourd'hui un énième retour avec iCloud.

un élément structurant et fondateur du produit. Etre le premier à utiliser des méthodes marketing grand public pour des produits technologiques. J'ai longtemps été "IBMer", mais cette fascination a toujours été présente. Je voyais en lui une sorte de magicien de l'ère contemporaine qui a eu le don de mettre les usages avant la technologie. Comment va-t-on utiliser mon produit ? Va-t-il changer la vie quotidienne ? Comment proposer un usage différent de l'ordinateur, du téléphone, de la musique ? La technologie devenant un moyen, non une finalité. En ce sens, son regard a changé le nôtre. Et quelle incroyable histoire d'entreprise ! »

Michel Cosnard,

PDG de l'Inria

« **Steve Jobs a compris avant les autres que la société allait devenir numérique.** Et que, collectivement, nous allons aborder un continent totalement nouveau qui changerait notre mode de vie. Sa capacité à transformer cette vision en des produits et des activités économiques était extraordinaire. L'innovation ne s'est pas nourrie chez lui d'avancées scientifiques radicalement nouvelles – Apple n'a pas de laboratoire de recherche fondamentale – mais d'une excellente intégration des technologies de pointe au service de la société. Capable de saisir quasi physiquement les besoins du grand public, il a compris le premier que la différence ne se faisait pas à

travers l'objet lui-même, mais dans ses fonctionnalités (le logiciel embarqué) et dans son design : un iPhone n'est pas un téléphone mais un médiateur entre l'homme et le monde numérique. Il était le Marco Polo du continent numérique. »

Eric Boustouller, président de Microsoft France

« **Steve Jobs a marqué notre univers.** Il a inventé l'expérience utilisateur qui combine la marque, les produits, les usages, les services, les boutiques, la formation... Une véritable stratégie à 360° du monde Apple. »

DES NOUVEAUX BUSINESS MODELS

Bruno Menard, président du Cigref, vice-président SI du groupe Sanofi Aventis



« **Rien que sur la dernière décennie,** Steve Jobs a créé et mis en œuvre un nouveau modèle d'affaires qui illustre de manière fascinante les vecteurs de succès dans le monde numérique : des nouveaux modes de consommation, une innovation hybride combinant usage et technologie, l'orchestration d'un nouvel écosystème de partenaires (du développeur à l'opérateur), des marques et des produits globaux. La valeur de ce nouveau modèle est reconnue de façon extraordinaire par les marchés

financiers, ce qui confirme le formidable potentiel économique du numérique pour nos entreprises. »

Eric Boustouller, président de Microsoft France

« **Steve Jobs a mis en place un business model :** il a ainsi réinventé le modèle de la musique ; celui de la téléphonie mobile. »

LE PROGRÈS ET LA CULTURE DU NUMÉRIQUE

Eric Besson, ministre de l'Industrie, de l'Énergie et de l'Économie numérique

« **La révolution numérique vient de perdre l'un de ses principaux concepteurs.** Steve Jobs a révolutionné notre manière de communiquer, de nous informer, de nous divertir, de nous cultiver. Il est entré dans la vie quotidienne de centaines de millions de personnes à travers le monde. En démarrant dans son garage, et en construisant le leader mondial du numérique, il était aussi un exemple extraordinaire de réussite entrepreneuriale. Il restera comme l'un des plus grands visionnaires de ce siècle. L'économie numérique est aujourd'hui orpheline de l'un de ses pères. »

Thierry Breton, PDG d'Atos Origin (au micro de BFM Business)

« **Deux grandes parties ont marqué sa vie.** Il a d'abord participé, avec d'autres, à la vulgarisation de la

Les réactions (suite)

micro-informatique. Mais ces outils restaient réservés à des spécialistes. Puis il a pris un virage en humanisant les technologies de l'information. Son parcours incarne son siècle, les valeurs qui ont dicté sa vie, sa capacité à rebondir et une certaine force intérieure. Il a montré son intérêt pour d'autres systèmes culturels ou de pensée, d'autres religions. Il a su revenir à l'essentiel ; c'est en s'intéressant aux autres qu'il a réussi à faire cette synthèse inouïe, avec son modèle autour de la musique et du monde connecté. »

Eric Boustouller, président de Microsoft France

« **Steve Jobs est l'homme qui, avec Bill Gates, a révolutionné le monde et notre vie par le numérique.** Cet homme culte a tout simplement créé et incarné la culture Apple, ses codes, son empreinte, son mystère, sa magie... C'est un inventeur de produits innovants, simples, beaux... »

Guy Mamou-Mani, président de Syntec numérique, PDG du Groupe Open



« **Le monde vient de perdre un visionnaire.** Steve Jobs a transformé notre économie et notre vie quotidienne. Il a démontré que le

numérique pouvait être une réponse aux grands enjeux de notre société en réconciliant le progrès, la compétitivité des entreprises et la qualité de vie des hommes. »

Pierre Kosciusko-Morizet, PDG fondateur de Priceminister.com

« **Steve Jobs est pour moi celui qui a rendu l'internet mobile accessible à tous, grâce à l'iPhone puis à l'iPad.** L'internet mobile était une idée dans l'air depuis des années. On en parlait beaucoup, mais c'est vraiment Apple qui l'a rendu intuitif et efficace. »

LEADERSHIP ET MANAGEMENT

Paul Hermelin, PDG de Capgemini
« **Ce qui m'a marqué dans l'œuvre de Steve Jobs, c'est avant tout une philosophie : celle de mettre l'homme au cœur de l'innovation.** C'est cette approche qui a fait des produits Apple d'immenses succès, à la fois commerciaux et populaires, et qui a rendu la technologie de plus en plus incontournable dans la vie de

chacun. C'est d'ailleurs un modèle pour nous. Je me souviens d'avoir emmené en 2008 les 80 meilleurs responsables de comptes de Capgemini visiter les laboratoires d'Apple à San Francisco. »

Françoise Gri, présidente de Manpower France

« **Comme beaucoup, j'ai relu ce matin son discours devant les étudiants de l'université de Stanford.** Discours tellement connu, mais à la relecture, tellement nouveau. Trois histoires qui résument une vie de rebondissements, de visions et de génie. Il y a une phrase dans la deuxième histoire, celle où il raconte la découverte de son cancer, qui m'a émue et plus encore aujourd'hui. Vous la connaissez sans doute : *"Votre temps est limité, ne le gâchez pas en menant une existence qui n'est pas la vôtre. Ne soyez pas prisonnier des dogmes qui obligent à vivre en obéissant à la pensée d'autrui"* et il conclut ainsi : *"Soyez insatiables, soyez fous !"* »

Pierre Kosciusko-Morizet, PDG fondateur de Priceminister.com



« **Steve Jobs est, bien sûr, un visionnaire, mais peut-être surtout un leader impressionnant.**

Il a réussi à retourner et à transformer Apple pour en faire l'une des sociétés les plus innovantes du monde, alors qu'elle était moribonde... C'est pour moi le plus impressionnant chez lui : cette capacité à emmener toute une entreprise vers des projets très ambitieux, et cela en très peu de temps. »

Patrick Bertrand, directeur général de Cegid, président de l'Afdel, membre du Conseil national du numérique

« **Une de ses richesses a été sa capacité à admettre l'échec.** Sur les deux innovations les plus marquantes, il a subi en parallèle huit à dix échecs. »

Georges Epinette, Dosi du Groupement des Mousquetaires

« **Et chacun sera prince puisqu'il créera.** Cette phrase de Saint-Exupéry (*La Morale de la pente*) illustre ce que fut Steve Jobs : un vrai chef d'entreprise, dans le sens où la croissance d'Apple s'est réalisée sur sa seule vision créatrice et non sur d'opportunistes croissances externes. Il restera dans l'histoire notamment pour cela. »

Eric Boustouller, président de Microsoft France

« **Steve Jobs est un esthète.** Avec lui, tout est beau, différent, nouveau, et en même temps cohérent. C'était un business man, entrepreneur, qui a créé, chuté puis rebondi. Pour (enfin) réussir à réaliser une des plus belles performances business du monde. »

Pascal Samama, rédacteur en chef adjoint du journal SVM MAC



« **Il a été celui qui nous a fait entrer dans les technologies en ne nous les faisant pas subir.** J'ai toujours perçu Steve Jobs comme un

rebelle qui vivait pour faire partager ses rêves. bercé par les années 70, il a conservé l'envie de rassembler les gens même si son image reste celle d'une personne colérique et d'une exigence redoutable. Je l'ai vu pour la première fois à San Francisco lors de son retour aux commandes d'Apple. Lorsqu'il est apparu sur scène, le public est entré en transe. Une autre fois à Paris, nous nous sommes retrouvés seuls dans une salle. Il m'a salué presque timidement. Comme beaucoup de génies, Steve Jobs n'avait pas un caractère facile. Beaucoup y ont vu de la méchanceté ou du cynisme. Je pense qu'il était juste intransigeant avec ses rêves. Il autorisait ses équipes à y participer, pas à les modifier. Lors de son discours à Stanford en 2005, il a laissé un message que chacun devrait garder en tête : *"Il faut croire en ses rêves."* »

Thierry Breton, PDG d'Atos Origin (au micro de BFM Business)

« **En termes de management, il a pris beaucoup d'avance.**

Il a mis en place un management par réseau de compétences et non plus verticalisé. Tous les projets s'articulent autour de gens qui ont un niveau d'expertise. Pour Steve Jobs, peu importe vos faiblesses ; ce qui compte, ce sont vos points forts. »

L'AVENIR D'APPLE

Thierry Breton, PDG d'Atos Origin (au micro de BFM Business)

« **Quant à l'avenir, Apple peut évidemment survivre à la disparition de Jobs.** Ce dernier a réussi à attirer un nombre incalculable de talents et à leur insuffler son esprit d'entreprise. »

MARCHÉ Les équipementiers chinois ne se cantonnent plus au secteur des opérateurs télécoms

Huawei et ZTE offrent de nouveaux choix pour les réseaux d'entreprises

Cet été, deux équipementiers télécoms chinois ont lancé en France leurs divisions dédiées aux entreprises. Deux événements semblables, passés relativement inaperçus. Surtout connus comme fournisseurs d'infrastructure réseau pour les opérateurs fixes et mobiles (ils équipent Bouygues Telecom, Orange et SFR), Huawei et ZTE sont globalement inconnus sur le marché des entreprises. « *Nous cherchons un nouvel axe de croissance*, explique Antoine Jia, directeur commercial chez ZTE France. *En France, ce marché a un potentiel important : l'Idate estime qu'il représentera un chiffre d'affaires d'un milliard et demi d'euros en 2011.* » Pour Huawei, la fenêtre de lancement est idéale : « *Nous sommes certains que le cloud apportera d'importants changements pour les entreprises, aussi bien d'un point de vue technologique qu'or-*

Les deux entreprises asiatiques arrivent avec des gammes de produits prêts à l'emploi

ganisationnel. *C'est une des principales raisons pour laquelle nous investissons maintenant ce secteur* », explique Simon Liu, le directeur de la division entreprises de Huawei France. Le premier équipementier chinois n'a pas l'ambition de fournir toutes les briques de cloud, mais se dit prêt à collaborer avec différents acteurs de l'industrie pour compléter son offre.

Les deux sociétés asiatiques arrivent avec des gammes de produits prêts à l'emploi : commutateurs, routeurs,



L'AVIS DE L'INTÉGRATEUR

Emmanuel Dubois, directeur marketing chez Itancia, distributeur de produits Huawei pour entreprises

« En 2011, la vente de produits Huawei nous rapportera un million d'euros »

Nous avons misé sur Huawei car c'est un challenger et un outsider ambitieux face à Cisco et à HP. Sa force est d'avoir une technologie et un écosystème proche de celui de Cisco. Autrement dit, nous pouvons adresser les revendeurs de l'équipementier américain avec des produits Huawei. Le processus de certification est simplifié

car assez proche. De plus, les produits de Huawei sont de 15 à 25 % moins cher.

Mais Huawei doit rassurer certains revendeurs encore réticents. Notamment en mettant en avant des cas clients pour démontrer l'efficacité de leurs produits. Il y a un important travail de communication à faire en France.

solutions de visioconférence et de téléprésence, communication unifiée. « *Nos équipements sont fiables, déjà commercialisés sur le marché américain pour certains d'entre eux, et très compétitifs par rapport aux produits du marché* », annonce Antoine Jia.

ZTE et Huawei ont à construire leurs réseaux de partenaires (revendeurs à valeur ajoutée, intégrateurs...). Le distributeur Ipsip a déjà signé avec le premier. D'autres accords sont en cours de discussion. Itancia, quant à lui, distribue les produits réseau du second depuis quelques mois. En septembre, Orange Business Services a conclu un partenariat avec Huawei pour la commercialisation d'équipements vidéo associés à l'Open Vidéoprésence proposée par la division entreprises de l'opérateur. L'offre ira en s'étoffant.

ZTE, par exemple, prévoit la commercialisation de téléphones IP, de solutions de vidéosurveillance, de cloud et de machine to machine.

Un succès au-delà des préjugés

Leurs chances de succès sont bonnes, à en juger par leurs progressions fulgurantes sur le marché des opérateurs télécoms. Alors que les grands équipementiers télécoms s'essouffent, les Chinois continuent, inexorablement, leur ascension. Huawei est déjà numéro deux. Même aux Etats-Unis, où il est considéré comme persona non grata, Huawei a récemment conclu deux contrats avec les opérateurs United Wireless et Speedconnect pour déployer des réseaux mobiles LTE et Wimax. ■

EDDYE DIBAR

Rendez-vous **page 47** et bénéficiez de notre OFFRE **LECTEUR** sur les prochaines formations **Cloud Computing, Virtualisation et Développement pour Mobiles...**

... et apprenez par la pratique avec Learning Tree !



Contactez-nous au 01 49 68 53 00 ou rendez-vous sur www.learningtree.fr

↑ En hausse

Syntec numérique

Sur les neuf derniers mois, près de 100 nouveaux membres ont rejoint le syndicat des éditeurs et des SSII, approchant ainsi les 1 200 adhérents. Parmi les nouveaux venus figurent les entreprises de services numériques à la personne. Selon Syntec numérique, rien que sur le mois de septembre, 31 sociétés ont adhéré, représentant un chiffre d'affaires total de près de 200 M€.

↓ En baisse

La vigilance des utilisateurs

Selon une étude publiée par Quest Software, 42 % des utilisateurs mémorisent encore sur papier leurs identifiants et mots de passe. Menée auprès de 1 000 employés de bureau, l'enquête révèle également qu'un salarié sur quatre dispose toujours des codes d'accès de son précédent emploi.

L'iPhone 4S irrite Samsung

Le nouveau smartphone d'Apple, prévu pour être disponible en France mi-octobre, pourrait voir sa sortie retardée. Samsung a en effet demandé à la justice française d'interdire la commercialisation de l'iPhone 4S dans l'Hexagone. Une procédure similaire est lancée en Italie. En cause : la bataille de brevets à laquelle se livrent les deux constructeurs.

Steria remporte un gros contrat avec l'État

Le marché portant sur la réalisation du système d'information des ressources humaines interministériel est attribué à Steria. La SSII va bâtir un système mutualisé reposant sur le progiciel HR Access. Ce dernier alimentera la future application de gestion de la paie des fonctionnaires.

BAROMÈTRE

EN BREF

STRATÉGIE Les pistes du syndicat professionnel CICF Informatique pour mieux répondre aux appels d'offres

Aider les petits cabinets de conseil à accéder aux marchés publics

La France compte 90 000 acheteurs publics, a rappelé le syndicat professionnel CICF Informatique (Chambre de l'ingénierie et du conseil de France) lors d'une journée d'information qui s'est tenue en septembre dernier. En 2010, ces organismes du secteur public ont passé des commandes pour un volume global d'achats de 140 milliards d'euros. « Actuellement, la part du conseil dans les achats publics de services informatiques est de l'ordre de 10 % en volume. En revanche, il est difficile d'évaluer le montant financier de ces commandes car il n'existe, pour l'instant, aucune base de données centralisée », affirme Jean-Alain Thiébaud, fondateur de KBU Conseil et ancien acheteur public en qualité de DSI dans plusieurs collectivités territoriales. A ce jour, environ un millier de prestataires informatiques sont référencés dans les organismes du secteur public, dont une soixantaine dans le domaine du conseil. Parmi eux figurent des



La journée d'information de la CICF Informatique s'est tenue en septembre.

Un prestataire informatique de petite taille pourra se rapprocher d'autres structures

structures généralistes (grands cabinets comme Ernst & Young et Capgemini) et une quarantaine de sociétés de petite taille très spécialisées (domaine social, finances, bibliothèques, aménagement numérique du territoire, système d'information géographique). Pour Jean-Alain Thiébaud, « les acheteurs publics ne sélectionnent pas leurs prestataires en fonction de leur taille ni du prix de la prestation. Ils retiennent une entreprise sur la valeur technique et fonctionnelle de l'offre, sur la méthode du mieux-disant. » Autrement dit, tous les cabinets ont leur chance. Encore faut-il qu'ils la saisissent, car de l'avis de cet ancien acheteur public, les petits

cabinets s'autocensurent. « Ils ne doivent pas hésiter à répondre aux appels d'offres. Il convient de le faire de façon synthétique et adaptée à la problématique de l'entreprise. Ainsi, dans le cahier des charges, la question "Qu'avez-vous compris de la problématique ?" est souvent posée. Il est important de fournir des éléments de réponse qui prouvent la bonne compréhension du besoin. Et ne surtout pas recopier ce qui est écrit dans le document », insiste Jean-Alain Thiébaud.

Utiliser son réseau

Un petit prestataire informatique jouera la carte de la cotraitance en se rapprochant d'autres structures de taille équivalente afin d'assurer la prise en charge de l'ensemble du projet et de rassurer le client. Enfin, le prestataire peut aussi se tourner vers le relationnel et utiliser son réseau pour identifier la bonne personne au sein d'un organisme public, de façon à lui présenter son offre. D'autant que les commandes inférieures à 4 000 euros ne sont pas soumises à la publication d'appel d'offres. ■

JULIETTE FAUCHET

DÉCRYPTAGE

Le marketing géolocalisé expliqué à votre DG

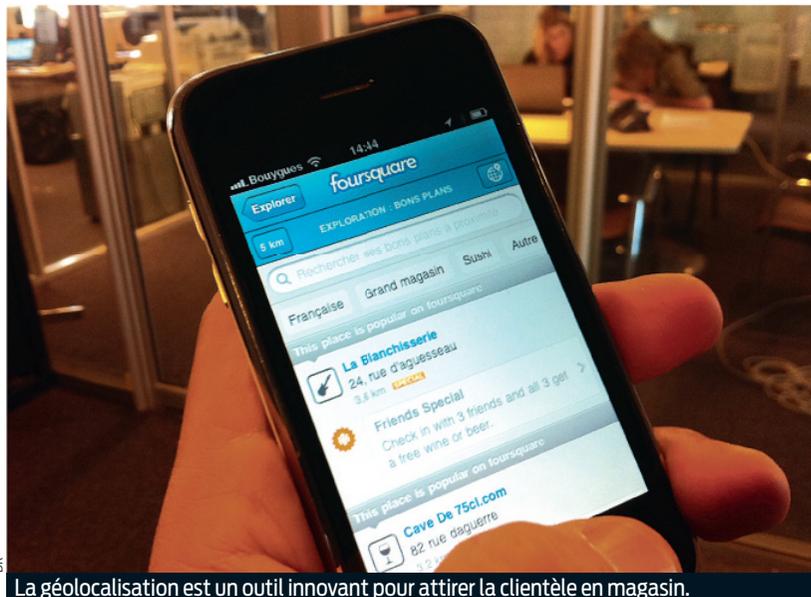
POURQUOI S'Y INTÉRESSER ? En tirant parti de la géolocalisation des smartphones, une entreprise proposera directement aux clients des offres exclusives ou des promotions, selon le lieu où il se trouve. Cette stratégie, pour être efficace, doit être gérée avec doigté.

Les gains

1. Une proximité nouvelle. Les réseaux sociaux tels Facebook et Foursquare, grâce à leur fonction de géolocalisation, permettent de nouer une relation de proximité avec le mobinaute, par écran interposé. Popularisée grâce à l'internet mobile, la géolocalisation est un levier puissant au service des marques qui souhaitent toucher instantanément leurs clients, là où ils se trouvent. Cette pratique est une aubaine même pour les enseignes locales qui cibleront leurs offres en temps réel dans leur zone de chalandise, sans débauche de papier.

2. Une efficacité mesurable. Le marketing de proximité, avec ses prospectus papier placés aveuglement dans les boîtes aux lettres au voisinage d'une enseigne, va inéluctablement décliner. Interagir en temps réel avec un consommateur lors de ses déplacements est nettement plus efficace. Inciter le chaland à se déplacer jusqu'en boutique et l'attirer par des promotions ponctuelles stimule la fréquentation des magasins. En outre, la mesure de l'efficacité de la campagne est facilement quantifiable : il suffit de comparer le nombre de visiteurs ciblés avec celui des visites réalisées en magasin.

3. Fidéliser sa clientèle existante. La fidélisation du mobinaute repose sur l'équation suivante : un client géolocalisé égale un client récompensé. Il devient possible de le faire bénéficier de promotions exclusives lorsqu'il signale sa présence avec son téléphone, à proxi-



La géolocalisation est un outil innovant pour attirer la clientèle en magasin.

mité d'une enseigne. Reconnu et identifié, il est bien ciblé. En misant aussi sur les réseaux sociaux, les marques récompenseront leurs fans qui acceptent de se géolocaliser lorsqu'ils passent dans leurs boutiques.

Les limites

1. Apparaître comme une marque intrusive. Les opérations commerciales géolocalisées sont parfois vues comme intrusives par le client, à l'instar des spams envahissant les boîtes aux lettres électroniques. Le consommateur mobinaute préférera toujours décider lui-même de son niveau d'implication par rapport à telle ou telle société, refusant que celle-ci lui impose cette fidélisation intrusive. Il faut réserver ces opérations ciblées aux clients les plus réguliers et acceptant d'être sollicités de la sorte.

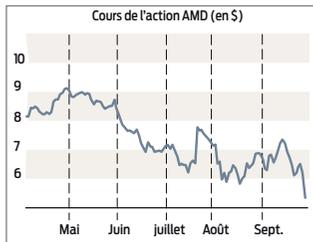
2. Une conformité légale à respecter. Si le marketing ciblé par géolocalisation n'est pas répréhensible au regard de la loi informatique et libertés, ce procédé

doit faire l'objet d'un agrément volontaire (non tacite) du mobinaute. Pas question de géolocaliser un consommateur à son insu, rappelle la Cnil (Commission nationale de l'informatique et des libertés). Après avoir signifié leur accord pour être géolocalisés, les destinataires des offres commerciales ciblées devront être informés si des tiers – d'autres enseignes – ont accès à leurs coordonnées.

3. Trop de promotions brouillent le message. La tentation des enseignes est d'inonder d'offres et de promotions le client mobile acceptant d'être géolocalisé. Mais une utilisation abusive du procédé pourrait se révéler contre-productive pour la marque. En effet, en multipliant les bons de réduction, ces campagnes promotionnelles brouillent la lisibilité des prix affichés en boutique. De telles opérations ciblées doivent par conséquent rester ponctuelles pour être efficaces, et avoir pour aboutissement essentiel la gratification ou le service rendu aux consommateurs. ▣

FRÉDÉRIC BERGÉ

Sombres perspectives pour l'électronique



Les nuages noirs s'accumulent sur la filière électronique, à l'image d'AMD dont l'action a chuté de 13,6 % suite à l'annonce de prévisions de ventes moins bonnes qu'espérées pour le troisième trimestre 2011. AMD s'attend à une hausse de ses ventes de 4 à 6 %, contre 10 % initialement prévus. Dans le même temps, Samsung a déclaré que le ralentissement économique aurait un impact sur la demande pour toute la filière électronique. Une filière en proie au doute, comme le prouve un rapport du cabinet Gartner : en 2012, elle investira 35,2 Md\$ en équipements industriels, soit - 19,2 % que cette année. Après la course à la gravure en 45 nm puis en 28 nm, les industriels lèvent le pied sur leurs investissements.

Inspairit repris par ses managers

DNV IT Global Services, rebaptisé Inspairit, retrouve son indépendance. Le spécialiste de la gestion des risques informatiques liés aux systèmes et aux logiciels a fait l'objet d'un MBO, c'est-à-dire d'une reprise par ses managers, associés au fonds d'investissement BNP Paribas Private Equity.

L'État expérimente la 4G

Alors que les quatre premières licences de réseaux mobiles 4G viennent d'être attribuées, le gouvernement lance officiellement à Brest une plate-forme d'expérimentation de services 4G. Portée par le pôle de compétitivité Image & Réseaux, elle bénéficie d'un soutien de l'Etat de 3 M€.

VU DES MARCHÉS

EN BREF

USAGES Visa et Mastercard perdent peu à peu leur mainmise sur les transactions financières

Le mobile favorise l'arrivée de services de paiement alternatifs

Payer avec son mobile passe par le SMS+, le NFC (communications en champ proche), ou par les sites internet adaptés aux smartphones. Selon leur activité, les entreprises proposent le mode adéquat. Pourtant, la généralisation des smartphones pousse les acteurs du paiement à s'adapter. Les banques misent sur le NFC intégré aux mobiles et participent aux expérimentations françaises (à Nice, Strasbourg...), en intégrant l'application de paiement dans la carte SIM des opérateurs de téléphonie mobile. Visa et BPCE ont développé un étui adapté à des smartphones, dans lequel les utilisateurs placent une carte micro-SD où l'application est installée. Avantage : la banque se libère de l'opérateur télécoms.

Simplifier l'acte d'achat

De leur côté, les nouveaux acteurs du secteur misent sur d'autres modes. Les opérateurs télécoms, qui veulent aussi s'affranchir un peu plus des banques, ont créé Buyster, un outil similaire à Paypal. Pour les e-commerçants tels Rueducommerce ou Brandalley, cette

nouvelle plate-forme « simplifierait l'acte d'achat et augmenterait le taux de transformation ». Historiquement présent sur internet, Paypal veut entrer dans les boutiques physiques. Il lancera d'ici à la fin de l'année, aux Etats-Unis, le pilote d'un nouveau service. Au moment de régler, le client pourra composer sur le terminal du commerçant son numéro de téléphone mobile et un code secret. Paypal créera aussi sa propre carte bancaire. L'objectif : s'affranchir du joug de Visa et de Mastercard.

Valorisation de l'usage

« Avec la déréglementation bancaire, un nouveau modèle économique s'installe entre les clients, les commerçants et les prestataires de paiement. Le paiement devient une valorisation de l'usage, estime Jean-Marc Vauguier, directeur de TES, pôle de compétitivité spécialisé dans les transactions électroniques sécurisées. Les nouveaux acteurs se rapprocheront des utilisateurs, via des offres promotionnelles par exemple, à l'image des commerçants qui valoriseront ainsi leurs biens. » ■ EDDYE DIBAR

L'AVIS DE L'ANALYSTE



Christophe Uzureau, analyste chez Gartner

« La volonté de Paypal est de développer des partenariats avec les banques »

En matière de paiement, plusieurs modèles d'innovation existent. Par exemple, l'innovation interbancaire, coopérative, où les acteurs se mettent ensemble et créent des solutions qui fonctionnent pour toute l'industrie. Il y a aussi l'innovation créée et poussée par des acteurs seuls. S'y ajoutent les solutions intermédiaires, qui représentent un potentiel important. Les

produits sont alors développés conjointement entre différents acteurs. Par exemple, Paypal travaille avec la Caixa en Espagne, afin de mettre au point une solution de paiement sur portable. D'ailleurs, Paypal dispose désormais d'une division institution financière dont l'objectif est de créer des partenariats avec les banques, pour multiplier ce type de projets.

GREEN TECH

Mettre en place les outils pour calculer l'empreinte carbone

Tout l'arsenal juridique et méthodologique est prêt pour lancer les entreprises et les collectivités sur les rails du reporting des gaz à effet de serre (GES). Un guide méthodologique, édité par le ministère de l'Ecologie, vient enrichir dorénavant le décret du 11 juillet 2011, que plusieurs organismes environnementaux jugent trop favorable aux entreprises. Reste qu'avec le présent guide, il devient applicable. Il peut donc être mis en œuvre au sein des logiciels de reporting, spécialisés ou généralistes.

Le document ministériel décrit ainsi la chaîne d'actions à mener pour calculer une empreinte carbone : de la définition du périmètre opérationnel à la transmission des résultats au préfet, en passant par l'identification des facteurs d'émission et les actions correctives nécessaires. Il détaille également la notion de facteurs d'émissions grâce auxquels les données de chauffage ou d'éclairage, par exemple, sont converties en quantité de gaz émise. Enfin, il renseigne sur le mode de collecte des don-



Pour l'Ademe, toutes les émissions indirectes de gaz à effet de serre sont mesurables.

nées, par des calculs ou des prises de mesure. Mais surtout, le guide distingue les différentes natures d'émission.

Prendre en compte certaines émissions indirectes optionnelles

Certaines sont directes, car produites par l'organisation, comme les déplacements. D'autres, résultant de l'électricité et de la chaleur produites pour l'activité, sont indirectes. Une troisième catégorie, indirecte elle aussi, s'attache aux émissions plus largement induites par l'écosystème extérieur à l'organisation (fret, fin de vie des produits...). C'est précisément cette dernière catégorie qui a fait l'objet d'âpres débats au sein du pôle de coordination national entre les organisations patronales, hostiles à ce périmètre, et l'Agence de l'environnement et de maîtrise de l'énergie (Ademe). Les premières ont eu gain de cause : la mesure de ces types d'émission n'est qu'optionnelle. Pourtant, selon le WWF ou Réseau action climatique France, les émissions indirectes de troisième catégorie représentent globalement de 80 à 90 % des émissions des entreprises. Les exclure du reporting viderait le Grenelle de sa substance. L'autre argument des partisans de sa prise en compte est fi-

nancier. L'Association des professionnels en conseil carbone (APCC) considère que cela aiderait à maîtriser sa consommation d'énergie fossile. Elle estime, en outre, que la méthodologie de récolte de ces émissions étendues est d'ores et déjà opérationnelle, puisque la plupart des bilans de GES déjà réalisés sur le terrain intègrent ce périmètre. C'est le cas du Bilan Carbone, la méthode de l'Ademe.

Deux logiques s'affrontent

Le Medef et l'Afep (Association française des entreprises privées) estiment, au contraire, que la méthode de récolte n'a pas assez de recul. Sans compter qu'elle souffre d'approximation et coûte cher aux entreprises.

Remi Marcus, président de l'APCC, conteste cette vision. Selon lui, le coût de l'extension vers la catégorie trois est minime par rapport aux investissements nécessaires pour enclencher la dynamique du reporting de GES. Par ailleurs, « sous prétexte que l'on aurait du mal à cerner les émissions indirectes, il ne faudrait pas chercher à les mesurer. Or, c'est bien pour cela que ces risques doivent être décelés. On se met des œillères. » ■ VINCENT BERDOT

! EN BREF

Le décret du 11 juillet 2011

- **Organisations concernées :** entreprises de plus de 500 salariés et collectivités territoriales de plus de 50 000 habitants.
- **Date butoir :** 31 décembre 2012.
- **Emission à mesurer :**
 - catégorie 1 :** émissions directes, produites par des sources appartenant à l'organisation ;
 - catégorie 2 :** émissions indirectes associées à l'énergie ;
 - catégorie 3 (facultative) :** autres émissions indirectes liées à l'acheminement des produits achetés ou au déplacement des salariés (domicile/lieu de travail).

INDUSTRIE La logistique de PSA déstabilisée par la défaillance d'un fournisseur

Un bogue a-t-il bloqué les usines de PSA Peugeot Citroën ?

La technique du flux tendu aura été fatale pour la chaîne d'approvisionnement de PSA pendant une bonne partie du mois de septembre. Plusieurs chaînes de production du constructeur automobile ont dû être arrêtées par manque de... vis. Celles-ci, fabriquées par Agrati Fastening Systems, un fournisseur italien spécialisé, servent à fixer le moteur des C3, 207 et DS3 à leur berceau. Le site de production Sevelnord de PSA à Valenciennes utilise ainsi pas moins de 58 références de vis Agrati.

Livraison par hélicoptère

Au total, la rupture d'approvisionnement a touché cinq autres sites en France, ainsi que l'usine espagnole et celle de Trnava, en Slovaquie. Une cellule de crise a été mise en place entre

La nouvelle plate-forme logistique d'Agrati France au Vieux-Condé, dans le Nord, à l'origine de la rupture de la chaîne de production du groupe PSA.



Agrati, PSA et Renault, autre grand client du fournisseur, pour faire face à cette situation désastreuse pour les industriels. Des livraisons de vis ont dû être réalisées en catastrophe par hélicoptère et taxi, pour, notamment, maintenir la production de la DS3. Mais plusieurs semaines après le début des perturbations, la situation normale

n'a pas été rétablie, et les chaînes de montage de PSA n'ont redémarré que progressivement. Si l'hypothèse d'un bogue informatique chez le fournisseur a été avancée comme explication de cette rupture d'approvisionnement, la situation paraît plus complexe qu'une simple panne informatique et s'avère surtout plus difficile à résoudre, comme

ADMINISTRATION Avec Opendata71.fr, le département de Saône-et-Loire expose ses données

Inédit : un conseil général libère la totalité de ses informations

Cantonées jusque-là à des villes pionnières, les initiatives de libération des données publiques touchent désormais toutes les strates de l'administration. L'administration européenne, avec le lancement par la Commission d'un portail open data, au printemps prochain ; l'administration centrale, au travers du futur portail Etalab (prévu pour la fin de l'année) ; l'administration départementale, enfin, avec l'une des réalisations les plus abouties signée du conseil général de Saône-et-Loire : Opendata71.fr.

Aboutie, car à ce jour, les pionniers de l'open data ne s'intéressaient qu'à certains volets de la vie publique. Et pas les plus sensibles : tourisme, transport, cartographie... Par ailleurs, ces informations existent souvent à l'état brut



Arnaud Montebourg croit son initiative irréversible.

et statique. Charge au citoyen, aux chercheurs ou aux développeurs de les analyser et de les croiser. Opendata71 lève ces deux limites puisque sont libérées ici toutes les données du conseil général : notes de frais

des élus, finances (sur une durée de dix ans), subventions (aux associations, communes et entreprises), dépenses, patrimoine, passations de marchés publics, fournisseurs, énergie, eau, etc.

Des données gratuites

Le portail propose aussi un outil de visualisation pour que l'utilisateur explore lui-même, en les faisant interagir, les différents jeux de données. Il pourra ainsi croiser par glisser-déposer des axes tels que subventions et action sociale. Les données seront gratuites et régies par la licence V2 de l'Apie (Agence du patrimoine immatériel de l'Etat), favorable à une réutilisation commerciale. Cette licence impose la citation de la source mais n'oblige pas

l'explique Marc Puech, responsable marketing chez Agrati France : « Il s'agit de problèmes liés à la mise en place de notre nouvelle solution logistique. Nous avons créé une plate-forme pour centraliser les livraisons qui, jusqu'à aujourd'hui, étaient réalisées par nos quatre usines françaises. »

Une sous-traitance complexe

Un projet colossal pour le fournisseur italien qui, après avoir repris le fabricant de vis français Acument en mars 2010, a annoncé 34,5 millions d'euros d'investissement, dont 30 millions pour bâtir un nouveau centre logistique au Vieux-Condé, dans le Nord. « Nous menons des tâches complexes de sous-traitance pour gérer les commandes. Nous avons notamment rencontré des difficultés liées à la codification des pièces, les références de celles sortant d'usine étant différentes de celles utilisées par nos clients. Mais ce n'est qu'une partie des problèmes auxquels nous devons faire face pour démarrer l'activité de ce centre », indique Marc Puech. L'inauguration de la plate-forme logistique Agrati, prévue pour le 14 octobre, est remise sine die. ■ ALAIN CLAPAUD

de reverser à la communauté le fruit de l'enrichissement de ces données. L'argument de la transparence politique est mis en avant par le conseil général et par son président, Arnaud Montebourg : « Nous allons travailler sous le regard public des citoyens, de l'opposition, des journalistes, de tous ceux qui évalueront nos décisions. Ce programme peut même nous mettre en difficulté », avance-t-il. Cette transparence de l'action politique est un moyen, pour lui, de lutter contre le clientélisme. Arnaud Montebourg croit son initiative open data irréversible : aucun élu ne pourra remettre en cause cet « acquis informatif ». Reste à voir si elle fera des émules au niveau des communes ou des départements. On notera toutefois que le conseil général est resté assez discret sur l'autre volet crucial de l'open data : les retombées financières sur les acteurs privés exploitant ces données. Une timidité qui s'explique sûrement par le fait que l'équation économique de l'open data reste à démontrer. ■ VINCENT BERDOT



ÉVÈNEMENT
GRATUIT

MICROSOFT VIENT À VOTRE RENCONTRE DANS VOTRE RÉGION !

Du 27 septembre au 15 novembre
dans 7 villes de France

À CHAQUE MÉTIER SON ÉVÈNEMENT DÉDIÉ



**Décideurs
informatiques**



**Développeurs
et Professionnels
de l'informatique**



Partenaires



Edition spéciale



Windows Azure



System Center



Windows Phone



SQL Server



Office 365



Visual Studio



Partenaire platinum

- **Nantes** 27 et 28 septembre
- **Paris** 4 octobre
- **Strasbourg** 12 et 13 octobre
- **Lille** 19 et 20 octobre
- **Marseille** 2 et 3 novembre
- **Lyon** 8 et 9 novembre
- **Bordeaux** 14 et 15 novembre

Inscription sur
www.microsoftdays.fr



Microsoft France - RCS Nanterre B327 733 184

En partenariat avec **01** Groupe

ÉTUDE Solucom et PAC font le point sur le pilotage des chantiers du système d'information

Des DSI légèrement dépassées par le rythme des grandes transformations

Au cours de la dernière décennie, le rythme des projets de transformation s'est accéléré. Des événements multiples tels que les fusions acquisitions, l'ouverture à la concurrence, les nouvelles réglementations, ou encore les ruptures technologiques induisent des bouleversements incessants au sein du système d'information (SI). De fait, les DSI des grandes entreprises sont régulièrement sollicitées pour mener à bien des grands projets de transformation. Si leur savoir-faire s'est renforcé, cette accélération est souvent difficile à gérer. « *L'impression générale est que la gestion des grands projets s'est améliorée au sein des DSI. En revanche, l'accélération du rythme et la multiplicité des changements à mener de front les désarment* », relève Laurent Bellefin, di-

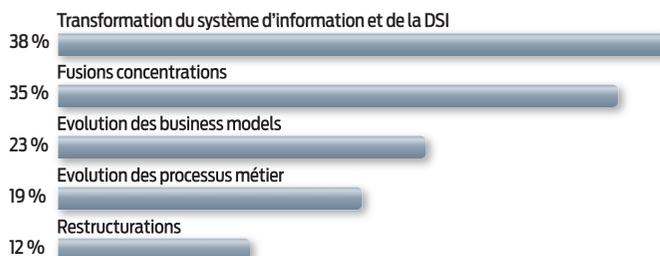
L'implication des métiers et de la direction générale dans le pilotage des transformations est impérative

recteur associé en charge des grands projets de transformation chez Solucom, qui a interrogé, en association avec le cabinet Pierre Audoin Consultants (PAC), une trentaine de DSI de grandes entreprises. Le contenu de ces chantiers a changé : les grands programmes structurants d'intégration d'ERP ont laissé la place à des projets initiés par les métiers.

Dans ce contexte, l'implication de la direction générale et des métiers dans le pilotage des transformations est impérative. « *Les DSI ont conscience de la nécessité d'un dialogue étroit avec les métiers. Mais celui-ci existe peu au quotidien. Les directions fonctionnelles considèrent encore le SI comme une simple fonction utilitaire* », souligne Laurent Bellefin. Un changement de gouvernance doit donc s'opérer au cours du programme de transformation. Or, seuls 19 % des DSI ont mis en place un pilotage impliquant fortement les directions opérationnelles tout au long du projet. Conséquence : le sup-

POURQUOI LANCER DES GRANDS PROGRAMMES ?

Origine des transformations ayant un impact sur le système d'information (Plusieurs réponses possibles) Source : Solucom/PAC



port des directions générales et métier, soutenu au début du projet, s'érode au fil du temps. Phénomène rassurant, selon Jean-François Perret, vice-président du conseil de surveillance de PAC : la dichotomie traditionnelle entre la maîtrise d'ouvrage (qui exprime les besoins fonctionnels) et la maîtrise d'œuvre (qui réalise) s'estompe avec la formation d'équipes communes regroupées sous la bannière de la DSI. Le pilotage n'est pas non plus à la hauteur de la complexité de ces grands

programmes. Les DSI optent le plus souvent pour une structure « trop légère » : une direction de programme et des relais au sein des directions fonctionnelles. « *Les DSI ne se rendent pas toujours compte du surcroît de charge pesant sur les équipes opérationnelles et du management qu'il faut adjoindre en appui* », relève Laurent Bellefin. Selon le cabinet, les programmes réussis s'appuient sur un pilotage intégré, avec des intermédiaires dédiés aux projets qui facilitent, au cours du temps, l'arbitrage de l'affectation des ressources à la transformation et à la gestion des affaires courantes.

TROP PEU D'INDICATEURS DÉPLOYÉS

Indicateurs de mesure des transformations (Plusieurs réponses possibles)

Source : Solucom/PAC



Manque de formation

Mais les deux faiblesses principales des DSI restent la conduite du changement et la mise en place d'indicateurs de résultats. Dans le premier cas, les DSI ont progressé sur les aspects de dialogue social. Mais l'accompagnement managérial, la formation des utilisateurs finals dans l'appréhension des nouveaux processus et outils demeurent généralement insuffisants. Enfin, l'exercice consistant à formuler clairement des objectifs et à les associer à des indicateurs de résultats reste en moyenne mal abordé par les DSI. Le seul indicateur communément utilisé est la réduction des coûts du SI. ■

OLIVIER DISCAZEUX

START UP

Trouver du sens dans un océan de fichiers

NOM : Hurence.

DATE DE CRÉATION : avril 2011.

DOMAINE : analyse de données.

INNOVATION : implémentation du système de fichier open source Hadoop.

Hurence est un pur spécialiste du big data, discipline traitant du stockage et du traitement massif d'information, quel que soit son format. Celle-ci promet de « faire parler » des montagnes de données jusque-là inexploitées. La société grenobloise fait ainsi partie de ces acteurs qui considèrent que les bases traditionnelles (comprenez relationnelles) sont dépassées dès que de très gros volumes de données non structurées sont à analyser (documents, images, sons, graphe social, données météorologiques, etc.).

Une technologie employée par les grands noms du net

« La logique relationnelle d'il y a vingt ans, par laquelle on reliant des tables de clients à des tables de produits, est dépassée aujourd'hui. Par exemple, lorsqu'il faut déterminer dans un réseau social de plusieurs centaines de milliers d'utilisateurs qui est ami avec qui », explique Laurence Hubert, fondatrice et PDG de Hurence. Pour répondre à de tels besoins, la société s'est spécialisée dans Hadoop, un système de fichiers distribués open source, utilisé par les grands noms d'internet (Yahoo, Amazon, Google...).

C'est en côtoyant deux univers différents que Laurence Hubert éprouve le besoin de s'ouvrir à un autre mode de stockage. Tout d'abord, dans la filiale irlandaise d'IBM, où elle reste jusqu'en 2009 : elle prend en charge les logiciels de text mining et de linguistique – domaines qu'elle a déjà

couverts auparavant dans les laboratoires grenoblois de Xerox. Ensuite, elle prend la direction, toujours chez IBM, d'une équipe de recherche spécialisée dans les systèmes de stockage logiciels capables de dépasser la barrière de l'exaoctet de données (1 000 000 de téraoctets). Mais l'aventure s'arrête avec la crise : les subventions du gouvernement irlandais pour son programme de recherche sont en effet brutalement supprimées.

Profilage marketing

De retour en France, Laurence Hubert crée Hurence et poursuit l'investigation dans ses deux domaines de prédilection : le stockage extrême et l'analyse de textes et de données. La société développe un écosystème de composants analytiques au-dessus de sa plate-forme Hadoop. Certains modules réalisent des opérations de text mining (extraction d'entités nommées, catégorisation de contenus), d'autres effectuent de la reconnaissance vocale (pour les centres d'appels) une dernière catégorie cible le profilage marketing des internautes (via l'analyse de logs et de cookies). « L'essentiel de notre chiffre d'affaires (90 %) provient surtout du développement et du conseil en architecture, les 10 % restants étant assurés par de la formation sur Hadoop », indique la PDG, qui n'entend pas faire de tour de table. ■ VINCENT BERDOT

REPÈRES

Siège : Grenoble (38).

Effectif : 7 personnes.

Financement : capital de 10 000 €.

La fondatrice :

Laurence Hubert, PDG.



Le salon des solutions de mobilité et des applications mobiles pour les entreprises

by mobile office

Agences de marketing mobile
Applications mobiles
Terminaux
Geolocalisation
Gestion de flottes
Périphériques

18-19-20
oct. 2011

Paris Porte de Versailles
Pavillon 4

www.mobile-it-expo.fr
blog.mobile-it-expo.com

Tenue conjointe avec

iP
convergence

CLOUD IT & EXPO

Sponsors



Partenaires premium

Partenaire officiel



Un événement

Tarsus

GRUPE MEDIA B TO B

Vos rendez-vous

État de l'art



Mise à jour du 22 septembre 2011 : 23 séminaires nouveaux ou entièrement remaniés

> Les Synthèses

Comprendre les Tendances de l'Informatique	10-12 oct. • 7-9 nov. 2011
Urbanisme et Architectures Techniques en 2011	17-19 oct. • 14-16 nov. 2011
Réseaux : la synthèse	3-5 oct. • 5-7 déc. 2011
Micros, Serveurs, Réseaux : la synthèse	21-23 novembre 2011
Sécurité : la synthèse technique	13-14 oct. • 8-9 déc. 2011
Management des Projets Informatiques	10-12 oct. • 7-9 nov. 2011
La Gouvernance Informatique en 2011	13-14 oct. • 1-2 déc. 2011
L'Entreprise Numérique	15-16 décembre 2011

> Management de l'Informatique

Le Tableau de Bord du DSI en 2011	6-7 oct. • 22-23 nov. 2011
Les "Best Practices" de la DSI en 2011	18-19 oct. • 13-14 déc. 2011
La DSI Performante	15-16 novembre 2011
Les Schémas Directeurs en 2011	24-25 novembre 2011
Repenser son SI : les leçons des grands du Web	22-23 novembre 2011
La Conduite du Changement en 2011	17-19 oct. • 12-14 déc. 2011
COBIT, ITIL, CMMI, ISO : l'état de l'art 2011	17-18 novembre 2011
Centres de Services : la mise en œuvre	1-2 décembre 2011
SLA et Contrats de Service	13-14 oct. • 8-9 déc. 2011
ITIL : la mise en œuvre	24-25 novembre 2011
Gestion de Portefeuille de Projets : l'état de l'art	1-2 décembre 2011
PMO : la mise en œuvre	17-18 novembre 2011
La Maîtrise d'Ouvrage en 2011	6-7 oct. • 15-16 déc. 2011
L'Audit Informatique en 2011	17-18 novembre 2011
Le Contrôle de Gestion de l'Informatique	17-18 novembre 2011
ROI, Valeur et Coûts du SI	11-12 oct. • 15-16 déc. 2011
Les Contrats Informatiques en 2011	24-25 novembre 2011
Les Responsabilités Juridiques du DSI en 2011	17-18 novembre 2011
Green IT et réduction des coûts informatiques	15-16 décembre 2011
Outsourcing : l'état de l'art en 2011	29-30 novembre 2011
Offshore : les meilleures pratiques en 2011	8-9 décembre 2011
Gestion de Parc et Assistance Utilisateurs	15-16 novembre 2011
Help Desk, Service Desk : l'état de l'art	17-18 novembre 2011
Exploitation/Production Informatique en 2011	21-23 novembre 2011
Sécurité des Systèmes d'Information	10-12 oct. • 5-7 déc. 2011
Continuité Informatique / PRA	29-30 novembre 2011
Plan de Continuité d'Activité/Gestion de Crise	6-7 oct. • 1-2 déc. 2011
ISO 27001/27002 et "best practices" en Sécurité	1-2 décembre 2011

> Projets et Développement

Le Développement d'Applications en 2011	21-23 novembre 2011
Java : la synthèse	3-4 novembre 2011
Open Source : l'état de l'art	29-30 novembre 2011
Web Services : l'état de l'art	24-25 novembre 2011
Client Riche : Ajax, RIA, HTML 5	15-16 novembre 2011
Développer pour Smartphones et Tablettes	15-16 novembre 2011
Analyse des Besoins des Utilisateurs en 2011	24-25 novembre 2011
Le Cahier des Charges en 2011	1-2 décembre 2011
Estimation des Charges et Coûts des Projets	15-16 novembre 2011
Méthodes Agiles : l'état de l'art	17-18 novembre 2011
Les Techniques et Outils de Test	24-25 novembre 2011
La Qualité des Systèmes et des Logiciels	28-30 novembre 2011
La Maintenance Applicative et TMA en 2011	29-30 novembre 2011

> Architectures et Réseaux

Architecture d'Entreprise et SI	24-25 novembre 2011
Web Oriented Architectures : l'état de l'art	29-30 novembre 2011
SOA : l'état de l'art	13-14 oct. • 8-9 déc. 2011
Processus et BPM : l'état de l'art	17-19 oct. • 12-14 déc. 2011
ESB, Intégration et Orchestration de Services	15-16 décembre 2011
Référentiels d'Entreprise : l'état de l'art	17-18 novembre 2011
Intégration de Données d'Entreprise	8-9 décembre 2011
Virtualisation de Serveurs : l'état de l'art	8-9 décembre 2011
Virtualisation de Postes de Travail : l'état de l'art	17-18 novembre 2011
Cloud Computing : l'état de l'art	13-14 oct. • 1-2 déc. 2011
Architectures d'Applications Distribuées	14-16 novembre 2011
Gérer la Performance des Applications et du SI	17-18 novembre 2011
Réseaux et Télécoms : les tendances, les choix	21-23 novembre 2011
Internet Mobile : l'état de l'art	7-9 novembre 2011
Téléphonie sur IP	1-2 décembre 2011
Sécurité : mobilité, sans-fil et VPN	22-23 novembre 2011
Sécurité Web : l'état de l'art	24-25 novembre 2011
SAN/NAS : état de l'art des Réseaux de Stockage	21-23 novembre 2011

> Techniques et Applications

Portails d'Entreprise : l'état de l'art	1-2 décembre 2011
Internet : la synthèse 2011	17-18 novembre 2011
Mobilité : comment l'intégrer dans le SI	8-9 décembre 2011
Web 2.0 : les usages professionnels en 2011	24-25 novembre 2011
Webmarketing : l'état de l'art	21-23 novembre 2011
Réussir et Gérer un Site Web	22-23 novembre 2011
Les ERP/Progiciels Intégrés en 2011	29-30 novembre 2011
Dématérialisation : l'état de l'art	24-25 novembre 2011
Bases de Données : la synthèse	7-9 novembre 2011
Décisionnel : l'état de l'art	3-5 oct. • 12-14 déc. 2011
CRM et e-CRM	24-25 novembre 2011
Knowledge Management : l'état de l'art	29-30 novembre 2011
Projets Collaboratifs : l'état de l'art	3-4 novembre 2011
ECM (Entreprise Content Management)	8-9 décembre 2011
GED (Gestion Electronique de Documents)	29-30 novembre 2011
Archivage Electronique en 2011	15-16 novembre 2011

> Les Passeports

Systèmes d'Information : les 3 prochaines années	10-12 oct. • 5-7 déc. 2011
Passeport Réseaux & Télécoms	21-23 novembre 2011
Passeport Consultant	17-19 oct. • 5-7 déc. 2011
Passeport MBA	28-30 novembre 2011
Passeport Comptabilité & Finance	17-19 oct. • 14-16 nov. 2011
La Banque en 3 jours	3-5 oct. • 12-14 déc. 2011
La Gestion du Stress	29-30 novembre 2011
Passeport Efficacité Personnelle	10-12 oct. • 7-9 nov. 2011
Passeport Management	17-19 oct. • 14-16 nov. 2011

Durée 14 h (séminaire de 2 jours) ou 21 h (séminaire de 3 jours).
Formations éligibles au DIF.

Renseignements et inscriptions:

Véronique Groud

Tél. : 01 44 74 24 10

veronique.groud@capgemini.com

www.institut.capgemini.fr

EXPÉRIENCES



Le groupe Mutuelles du Mans Assurances met l'accent sur ses managers et instaure un système de coaching collectif.

P. 26



« Nous avons opté pour l'open source afin de ne plus subir les changements tarifaires imposés par les éditeurs. »

Jean-Marie Plaszczyński, CEIS

P. 28

J. WALLACE

APPLICATIONS

Ces entreprises qui confient leur business à l'ERP en ligne de SAP

Des PME ayant choisi l'application en mode Saas (Software as a Service) de SAP expliquent leur décision et décrivent sa mise en œuvre. Elles plébiscitent la rapidité de déploiement, la simplicité de l'ergonomie et la possibilité d'accès distant.

Se développer à l'international, faciliter la gestion au quotidien, ou simplement améliorer le suivi commercial... Pour répondre à leurs besoins, trois PME aux profils très différents ont choisi l'ERP en mode hébergé de SAP, Business Bydesign. Après avoir comparé plusieurs solutions, elles ont cédé aux sirènes de l'éditeur allemand, jusqu'alors spécialisé dans l'artillerie lourde en matière de progiciels de gestion intégrés. Pour s'affirmer sur un créneau qu'il cherche à pénétrer depuis fin 2007, SAP propose une version industrielle plus en phase avec son ambition commerciale. Ses arguments phare demeurent la vitesse de déploiement, l'absence d'investissement initial, et l'externalisation de la maintenance.

À la recherche de la perle rare

Des avantages décisifs pour l'Institut du cerveau et de la moelle épinière (ICM), un organisme international privé de recherche de près de 600 chercheurs, qui s'est installé il y a un an dans de nouveaux locaux sur le site de l'hôpital de la Pitié-Salpêtrière. Dès juillet 2009, l'équipe informatique de l'ICM prépare l'adoption d'un outil de gestion et dresse un premier état des lieux. L'objectif est de trouver un logiciel capable de prendre en charge la gestion financière des sources de



Redex utilise le module CRM de Business Bydesign pour fluidifier ses relations commerciales.

revenus et de présenter des tableaux de suivi des engagements financiers et des projets en cours. A ce socle fonctionnel, s'ajoutent deux contraintes : pouvoir être déployé très rapidement afin d'être opérationnel dès le déménagement des équipes, et proposer une ergonomie adaptée à des utilisateurs non habitués aux tâches et aux outils de gestion. En effet, si le financement est le nerf de la guerre pour les cher-

cheurs, il ne constitue pas leur cœur de métier. Ils ont donc besoin d'outils simples et intuitifs pour gérer les budgets de recherche en mode projet, les dons, les revenus des partenariats, ou encore les charges. « Nous avons associé les chercheurs à la définition du système, insiste Dominique Bayle directeur des systèmes d'information de l'ICM. Nous n'avions pas d'existant... Le rêve pour un DSI ! »

L'ENTREPRISE

ICM

Activité : centre de recherche sur le système nerveux.

Siège : Paris (75).

Effectif : 600 salariés.

CA 2010 : 377,8 M€.

LE PROJET

Problème à résoudre :

faciliter la gestion au quotidien et planifier des projets de recherche.



TÉMOIGNAGE

Dominique Bayle, DSI de l'ICM

« Cette offre présentait la perspective d'un déploiement plus court de deux mois »

Je suis évalué sur la qualité de service, les coûts et les délais. Or, l'offre Business Bydesign répondait aux exigences de très haute disponibilité auxquelles nous sommes contraints, éliminait les coûts cachés et s'avérait rapide à mettre en œuvre.

Lors de notre consultation de SAP, le mode Saas n'était pas un prérequis. Mais nous avons vite réalisé que cette solution, comprenant l'hébergement, la maintenance et la montée de version, nous éviterait des surcharges de travail.

En revanche, chez Leaderfit', spécialiste des formations aux méthodes de remise en forme, l'existant est plus qu'encombrant. Le système d'information repose sur le logiciel Formaway pour la gestion commerciale et sur Cegid pour la comptabilité.

Un système centralisé pour un suivi en temps réel

Problème : Formaway impose une base de données sur chacun des trois sites de l'entreprise, sans possibilité de réconciliation. De nombreuses informations, tels les numéros de facture, sont ressaisies dans des fichiers Excel de suivi comptable : une tâche sans valeur ajoutée réalisée par les collaborateurs et dont le coût est évalué par la consultante indépendante Isabelle Auzanneau à 40 000 euros. L'absence de solution de gestion intégrée pose non seulement un problème de reporting et d'élaboration statistique, mais elle freine aussi la stratégie de développement de franchises. Leaderfit' souhaite donc bénéficier d'un système centralisé pour suivre en temps réel la gestion de son écosystème, de son chiffre d'affaires et de ses stocks.

Redex, leader mondial de la transmission mécanique de haute précision, recherche lui aussi un progiciel structurant, mais pour un périmètre moins large. Disposant de deux usines en France et de sept filiales à l'étranger, l'entreprise familiale a surtout besoin d'harmoniser et de fluidifier ses relations commerciales. « Au fil de nos rachats, nous nous sommes retrouvés avec un parc de solutions de gestion commerciale hétérogène et vieillissant, depuis le développement sur Access de la maison mère jusqu'aux différentes

solutions de nos filiales », explique Gilles Grandjean, directeur commercial de Redex. L'adoption d'un outil de CRM (gestion de la relation client) unique vise à obtenir une vue d'ensemble de son activité et un suivi commercial de bout en bout, en intégrant le travail marketing de l'équipe chargée de l'administration des ventes en amont du processus commercial.

Il s'agit aussi d'automatiser au maximum, afin que les commerciaux consacrent davantage de temps à la prospection et à la relation client, et moins aux tâches administratives de saisie. Enfin, l'application doit s'intégrer dans l'architecture existante et être facile à prendre en main.

Un choix réalisé après une mise en concurrence

Après avoir identifié les besoins fonctionnels de leur future solution de gestion, les responsables financiers et informatiques de l'ICM se tournent vers les ERP dotés d'une véritable comptabilité analytique. « Nous avons des comptes à rendre sur les dons affectés et devons communiquer les budgets

en toute transparence aux chercheurs, même s'ils n'ont pas reçu de formation poussée en gestion », explique Dominique Bayle. Par exemple, l'institut de recherche veut pouvoir affecter immédiatement un centre de coût, avant le paiement ou la réception de la facture d'un fournisseur. Finalement, l'ICM consulte des solutions pérennes et reconnues sur le marché : Cegid, Microsoft Dynamics NAV, Sage ERP X3, et SAP Business Bydesign.

Au coût mensuel d'utilisation de la solution s'ajoute un forfait de mise en œuvre d'environ 50 k€

En dehors de Cegid, qui ne répond pas, toutes les offres sont éligibles, avec des coûts de possession qui avoisinent tous les 140 000 euros sur cinq ans. Rapidement, Business Bydesign se distingue. « La solution nous garantissait un interlocuteur unique, des montées de versions hors jours ouvrés, une garantie de très haute disponibilité du service, et une capacité à exploiter le logiciel en cas de désastre informatique local », détaille Dominique Bayle. Sur le plan fonctionnel aussi, le DSI se montre enthousiaste : « L'application est munie d'un outil de reporting puissant, bien dotée en meilleures pratiques, et utilisable en accès distant ou en mobilité par les chercheurs décentralisés et les équipes internationales. » Jugé lourd à mettre en place et nécessitant la création de requêtes Business Objects par le service informatique, ERP X3 est écarté. Ne restent alors en course que les solutions de SAP et de Microsoft, cette dernière étant appréciée pour ses conditions commerciales et l'expé-

Statut	ID commande client	Compte	Del (ans)
En cours de traitement	77	DESBORDES VIRGINE	15 (0)
Ouvert	76	DESBORDES VIRGINE	15 (0)
Ouvert	75	Particulier SPECIMEN PCD FR	15 (0)
Ouvert	74	DESBORDES VIRGINE	15 (0)
Ouvert	73	Particulier SPECIMEN PCD FR	15 (0)
Ouvert	72	DESBORDES VIRGINE	15 (0)
Ouvert	71	DESBORDES VIRGINE	15 (0)
En cours de préparation	70	DESBORDES VIRGINE	15 (0)
Ouvert	69	DESBORDES VIRGINE	14 (0)
En cours de traitement	68	DESBORDES VIRGINE	14 (0)
En cours de traitement	67	DESBORDES VIRGINE	14 (0)

Avec le Saas, leaderfit' ouvre un nouveau bureau en quarante-huit heures.

rience de l'intégrateur en matière de systèmes de gestion de laboratoire. Mais son paramétrage semble être long et le prestataire manque alors de réactivité. Business Bydesign l'emporte donc sur la plupart des points évalués et se retrouve sélectionné, malgré son caractère récent et son manque de références.

Quatre concurrents sur les rangs

Leaderfit', lui aussi, met en concurrence quatre logiciels pour répondre à ses besoins. « Deux d'entre eux offraient une base de données unique mais n'étaient pas web, tandis qu'un autre était disponible en mode Saas mais n'avait pas la richesse fonctionnelle d'un ERP », se souvient Didier Pescher. Là encore, Business Bydesign s'impose en présentant les fonctionnalités attendues par le spécialiste de la formation – automatisation de la comptabilité, tri des informations nécessaires à la gestion, traçabilité sur l'ensemble des opérations – ainsi qu'une architecture Saas. Pour sélectionner son CRM, Redex s'est d'abord intéressé aux solutions existantes au sein de ses différentes entités. Mais aucune ne retient finalement son attention. « Le revendeur de Goldmine nous a expliqué qu'il misait désormais sur une autre solution. Le logiciel proposé par Sage était bien, mais pas véritablement orienté cloud, se remémore Gilles Grandjean. Nous avons écarté Salesforce.com à cause de son périmètre fonctionnel trop limité et Dynamics CRM de Microsoft, car sa démonstration ne nous avait pas

EN BREF

L'offre Business Bydesign

- ▶ **Packs ERP** : 133 € par utilisateur et par mois (avec un minimum de dix utilisateurs).
- ▶ **Pack CRM** : 79 € par utilisateur et par mois (avec un minimum de dix utilisateurs).
- ▶ **Cible** : entreprises et filiales de 5 à 100 M€ de chiffre d'affaires.
- ▶ **Atelier de développement** pour partenaires depuis la version 2.6 (fin 2010).
- ▶ **Commercialisation** en direct ou via une vingtaine de partenaires en France : ACA, Cerealog, Degetel...
- ▶ **Déploiement** de deux semaines (module CRM seul) à six à huit semaines (ERP).
- ▶ **Coût externe de déploiement** : de 20 à 40 k€.
- ▶ **Références** : plus d'une trentaine en France (mai 2011), une centaine prévue d'ici à la fin 2011 (un milliard dans le monde).

convaincus. » Au final, Redex se rabat sur le module CRM de Business Bydesign, qui recouvre en un seul outil la gestion du marketing, la gestion des campagnes d'e-mailing et le suivi des opportunités commerciales. L'architecture Saas facilite l'accès distant des commerciaux et évite de solliciter le service informatique, qui conserve ses ressources pour d'autres projets. Nati-

vement traduite en huit langues, la solution peut en plus bénéficier immédiatement aux filiales de Redex à l'étranger.

L'épreuve de la mise en œuvre

Au sein de l'ICM, Business Bydesign est déployé rapidement. Un mois et demi après avoir signé le contrat de service, en janvier 2011, les premières fonctions sont opérationnelles. « Dès la phase de formation, j'ai pu passer quelques commandes auprès de nos fournisseurs habituels, sans rupture de fonctionnement avec le système de comptabilité externalisé existant », se souvient Dominique Bayle. Le véritable démarrage a lieu mi-avril, avec l'ensemble des achats et la gestion des immobilisations. Puis se mettent en place les comptabilités, la gestion des ressources humaines et celle des stocks. En plus de la mise en œuvre, qui coûte 60 000 euros, s'ajoutent 16 000 euros par an pour dix licences complètes et 1 200 euros par an pour dix licences dédiées aux utilisateurs légers. Le DSI estime que la récurrence de ces charges ne pénalise pas financièrement le modèle Saas par rapport au modèle traditionnel. Il considère même cette solution comme l'une des moins onéreuses parmi celles consultées. Satisfaite de son choix de solution, la société Leaderfit' l'est moins des services de déploiement associés. « La phase de vente s'est bien déroulée, puis les réunions se sont enchaînées à partir d'avril, mais tout s'est bloqué cet été, regrette Didier Pescher. La livraison a été décalée et le basculement ne s'est pas produit comme prévu après la clôture

TÉMOIGNAGE



Didier Pescher, directeur général de Leaderfit'

« Nous pourrions mieux gérer notre croissance, sans recourir à des compétences informatiques »

Nous voulions suivre nos franchisés depuis la phase de prospection jusqu'à l'imputation comptable. Il fallait aussi mettre en place de bonnes pratiques de gestion dans l'ensemble du réseau, qu'il s'agisse de l'automatisation de la facturation, de la gestion de la relation client, ou de la sécurisation des informations.

Le choix d'un progiciel en mode Saas à 100 % était la seule réponse possible. N'ayant pas de compétences informatiques en interne, nous aurions dû recruter deux personnes, sans compter les investissements nécessaires en matériel, qu'il s'agisse de serveurs, de réseaux, ou encore des systèmes de stockage et de sécurisation des données.

L'ENTREPRISE

LEADERFIT'

Activité : formation aux méthodes de remise en forme.
Siège : Tours (37).
Efficatif : 13 salariés.
CA 2010 : 1 M€.

LE PROJET

Problème à résoudre : assurer un meilleur suivi commercial de l'écosystème de l'entreprise, mais aussi accélérer son développement à l'international.

L'ENTREPRISE

REDEX

Activité : ingénierie et fabrication mécanique de haute précision.

Siège : Ferrières (45).

Effectif : 300 salariés.

CA 2010 : 50 M€.

LE PROJET

Problèmes à résoudre :

harmoniser et fluidifier ses relations commerciales. Procurer un accès distant aux commerciaux.

TÉMOIGNAGE



Gilles Grandjean, directeur commercial de Redex

« Nous voulions trouver une solution adaptée à notre taille intermédiaire »

Il nous fallait une solution professionnelle facile à prendre en main. Nous ne sommes pas un grand groupe, mais nous n'en sommes plus au stade de l'artisanat. Le challenge était de trouver une solution correspondant à nos contraintes de coûts et de ressources informatiques internes.

Nos équipes devaient pouvoir travailler avec un outil commun. Avec plus de 10 000 commandes par an et un chiffre réalisé à 90 % à l'export, Redex avait aussi besoin d'un logiciel qui puisse modéliser les structures internationales de nos clients et des montages industriels complexes.

de notre exercice, le 1^{er} juillet. Nous avons été obligés d'entamer une nouvelle année avec notre logiciel précédent. » Avec l'inconvénient d'avoir à ressaisir inutilement beaucoup d'informations, lorsque la solution sera enfin livrée. En revanche, cette double saisie n'aura duré qu'un mois chez Redex. « Entre la décision d'utiliser le module CRM de Business Bydesign et le moment où nous n'avons plus fait appel à cette solution, il s'est à peine écoulé un mois », se félicite Gilles Grandjean. Le temps que SAP reprenne l'historique sur cinq ans, paramètre la solution et forme les utilisateurs. A cette occasion, des documents internes (devis, cotations, références) ont été remis à jour. L'ergonomie est une autre bonne surprise pour le directeur commercial : « L'équipe redoutait la prise en main, mais finalement nous constatons que l'interface est bien conçue et que l'interconnexion avec la suite Office s'avère très pratique, notamment

avec les documents Excel et avec Outlook ». Payant 70 euros par utilisateur et par mois, Redex a signé pour sept utilisateurs simultanés, mais l'entreprise compte bientôt passer à une douzaine.

Des bénéfices qui doivent compenser l'investissement

Grâce à Business Bydesign, la direction informatique de l'ICM donne à ses chercheurs et ses techniciens une plus grande visibilité sur les engagements financiers et sur les ressources. Une quarantaine d'utilisateurs quotidiens ont accès à des tableaux de bord paramétrés, avec des vues détaillées de leurs dépenses. « Ils peuvent se concentrer sur leur cœur de métier et préparer des projets à longue échéance, tout en disposant de la bonne information à tout instant », résume Dominique Bayle.

Chez Leaderfit', Didier Pescher a misé une grosse somme sur son projet ERP.

Aux frais de déploiement de plus de 40 000 euros s'ajoutent les 1 500 euros de loyer mensuel pour dix utilisateurs. Soit près de trois ans d'investissement pour la PME. Mais l'entrepreneur reste convaincu que le retour sur investissement sera au rendez-vous : « Non seulement nous avons automatisé et harmonisé notre système d'information, mais nous avons aussi inversé la relation avec les partenaires. Désormais, nous voyons ce qu'ils vendent et c'est nous qui facturons. En cas de mauvaise entente, nous pouvons toujours retirer l'accès au système. » La solution permettra également d'accélérer le développement de l'entreprise, puisqu'il suffit aujourd'hui de quarante-huit heures pour ouvrir un bureau international, le connecter à la maison mère et lui livrer les outils commerciaux dont il aura besoin.

Pour Redex, enfin, Business Bydesign joue un rôle structurant sur le métier. « Le CRM crée un lien entre nos différentes activités », commente Gilles Grandjean. Nous voyons même de bonnes pratiques s'échanger, par exemple entre l'avant-vente et les commerciaux. » En revanche, les équipes sont frustrées quand elles arrivent au niveau de la commande et qu'elles doivent ressaisir les informations dans d'autres applications. C'est pourquoi Gilles Grandjean envisage déjà d'étendre son usage de Business Bydesign à la gestion des stocks et des commandes afin d'automatiser davantage les tâches, sans nécessairement adopter l'intégralité de l'ERP de SAP : le kit de développement inclus dans la version 2.6 de Business Bydesign pourrait l'aider à mettre au point cette solution. ■

BORIS MATHIEUX

A SAVOIR

L'évolution de l'offre

- ▶ **Sortie de l'offre en 2007.** Mais la plateforme n'est pas viable économiquement. Le nombre de clients est limité.
- ▶ **La version 2.0** intègre des fonctions analytiques de Business Objects et s'étend à une trentaine de processus.
- ▶ **La version 2.5** bénéficie d'une architecture multitenant, d'une interface simplifiée et de la technologie en mémoire de SAP.
- ▶ **La version 2.6** offre un atelier de développement (Bydesign Studio) afin

de compléter la couverture fonctionnelle ou de verticaliser la solution. Elle s'ouvre aux iPhone et embarque les fonctions de collaboration Streamwork. Enfin, cette version s'intègre à l'ERP Business Suite.

- ▶ **La version 3.0** (été 2011) s'ouvre à de nouveaux environnements mobiles et s'enrichit fonctionnellement.
- ▶ **Ouverture du SAP Store** (fin 2011) qui regroupe des modules de business intelligence et les solutions de partenaires certifiées.

Recherchez un métier spécialisé à tout moment



SPÉCIALISTE DES EMPLOIS SPÉCIALISÉS

ANNONCES CLASSÉES PAR MÉTIER ET PAR THÈME / COACHING / CONSEILS

www.cadresonline.com

**CADRES
ONLINE**

MANAGEMENT

Le groupe MMA renforce l'autonomie de ses managers

Pour aider ses managers dans la gestion de la relation et de la cohésion de leurs équipes, l'assureur a monté un programme de formation qui s'appuie sur des sessions de coaching réunissant des pairs.

En 2006, les Mutuelles du Mans Assurances (MMA) tentent de mener à bien leur fusion avec le groupe Azur. Dans ce cadre, Bernard Lévêque, ancien directeur de Reflex Assurances et de la filiale espagnole d'Azur, propose de mettre ses compétences de coach et de psychologue au service de l'organisation. « *La plupart des réorganisations laissent souvent de profondes cicatrices. Notre objectif était de préserver notre diversité, d'en faire une force, une opportunité pour "savoir être et devenir ensemble"* », explique-t-il. Après quelques discussions, il convainc la direction du groupe de créer une direction du développement de l'intelligence collective pour accompagner la réorganisation de l'entreprise.

Les premiers mois, Bernard Lévêque prend son bâton de pèlerin pour partager son projet et s'accorder, avec les directions opérationnelles, sur ce qu'est l'intelligence collective chez MMA. « *Elle part du principe que de la collaboration naît une faculté de création et d'apprentissage bien supérieure à celle des individus isolés. Pour cela, il est nécessaire de susciter l'envie de travailler ensemble. Elle implique égale-*

ment d'étudier les interactions entre les membres d'un groupe, afin d'éviter la perte de valeur dans ce processus complexe qu'est la relation », détaille-t-il. Selon lui, l'organisation des entreprises est aujourd'hui trop centrée sur le développement des compétences individuelles, au mépris parfois de l'efficacité collective. « *Notre projet était de réhabiliter le collectif comme une force. Bien évidemment au service de l'organisation, mais aussi de la personne, tant il est vrai qu'il n'y a pas d'épanouissement professionnel sans développement personnel et pas d'essor de l'entreprise sans celui de ses membres.* »

Les managers, pierres angulaires de l'organisation

La DSI est particulièrement touchée par le processus de fusion. En 2007, elle devient multisite : l'informatique du groupe MMA est localisée au Mans, celle du groupe Azur à Chartres et Strasbourg. Un plan de transformation est mis en œuvre pour accompagner le nouveau modèle d'organisation. Il couvre le transfert des activités entre les sites, une réduction de la

L'ENTREPRISE

GRUPE MUTUELLES DU MANS ASSURANCES (MMA)

Activité : assurance mutualiste, troisième réseau d'agents généraux. Appartient, avec Maaf et GMF, au groupe Covea.

Points de vente : 1 864.

Effectif : 13 000 collaborateurs.

Clients : 3,3 millions en 2010.

CA 2010 : 6,2 Md€.

sous-traitance et la réinternalisation de certaines compétences.

En 2009, le mode de fonctionnement est ajusté et l'accent mis sur le management. « *Il s'agissait de contribuer à la transformation de la DSI en faisant évoluer le comportement des managers, en favorisant l'émergence de pratiques communautaires et en permettant un brassage entre les différentes structures* », raconte Bernard Lévêque. Le directeur central du système d'information, soutenu par la direction générale, invite alors les cadres – responsables de départements et d'unités – à s'inscrire dans une démarche expérimentée avec succès par Bernard Lévêque un an auparavant : le codéveloppement. « *Sur les 90 responsables visés, 60 se sont montrés intéressés* », souligne Monique Fréard, en charge de cette opération au sein de la DSI.

Les sessions de codéveloppement mises en place chez MMA réunissent un coach et six managers non liés hiérarchiquement. Chaque réunion est l'occasion d'évoquer avec leurs pairs des situations difficiles. « *C'est une forme de réflexivité portant sur sa pratique managériale* », précise Monique Fréard.

À SAVOIR

Une démarche récompensée

► **Pour élaborer ce programme,** Bernard Lévêque a adapté au contexte du groupe une pratique québécoise elle-même issue de l'Action Learning. Cette méthode est détaillée dans l'ouvrage d'Adrien Payette et de Claude Champagne, *Le groupe de codéveloppement professionnel*, édité chez PUQ.

► **En 2010, le Cercle Essec du changement a décerné un trophée à MMA** pour cette expérience de codéveloppement. Ce trophée récompense les entreprises ayant conduit des actions de changement significatives et se base autant sur les résultats que sur l'originalité des pratiques.



Réhabiliter le collectif est l'objectif de Bernard Lévêque, directeur intelligence collective du groupe MMA.

Les sessions sont découpées en deux grandes parties : trois journées pour se familiariser à la méthode, puis six demi-journées au cours desquelles chacun des cadres prend à son tour le rôle de client, tandis que les autres jouent celui de consultant.

Faire évoluer les comportements des responsables pour favoriser la transformation de l'entreprise

« L'objectif étant de " théoriser la pratique plutôt que pratiquer la théorie ", les matériaux de départ utilisés au cours de ces sessions sont les situations vécues par les participants. Il est donc impératif de poser, dès le début, la question de la confidentialité : qu'a-t-on le droit de partager hors de ce cercle d'apprentissage ? », indique Bernard Lévêque. Dès la première journée, le sujet est abordé. Une charte de confidentialité est alors proposée et partagée au sein du groupe. Lors des journées suivantes, les managers sont familiarisés avec des notions de systémique et de communication appliquées aux interactions profession-

nelles. « Pendant l'expérimentation que j'avais conduite en 2008, j'avais eu l'occasion de travailler avec un groupe de 40 responsables issus de plusieurs services, et j'avais identifié l'importance du questionnement de chacun sur sa posture managériale. Nous avons ainsi recueilli des informations précieuses sur certains comportements managériaux vertueux », explique Bernard Lévêque. Mais nous nous gardons bien de formaliser cela sous la forme de recettes toutes faites. Nous laissons au manager, en fonction de sa personnalité et du contexte dans lequel il travaille, le soin de trouver lui-même sa solution lors des séances avec ses pairs. »

Forts des premiers résultats, nous avons décidé d'étendre la pratique de codéveloppement. Elle est désormais partagée par 220 cadres issus des trois enseignes du groupe Covea (MMA, Maaf et GMF). Depuis plus de trois ans, certains groupes fonctionnent en autonomie. Au terme de leur premier parcours, une trentaine de managers de la DSI ont choisi de poursuivre l'expérience en s'inscrivant à des sessions ouvertes à des responsables issus de différentes directions. Parallèle-

L'AVIS DU MANAGER



Bruno Garçon,
responsable du service transverse Socle, à la direction informatique du groupe MMA

La présentation de Bernard Lévêque m'a convaincu que le codéveloppement m'aiderait dans mon travail de manager.

Un des aspects novateurs de cette approche est son côté très pratique. Le manager « client » présente une situation réelle. Les questions ouvertes le conduisent à modifier sa façon de voir et à appréhender la situation. S'il est confronté à un collaborateur démotivé, par exemple, il est appelé à répondre à des questions exploratoires de type : « Comment est-ce perçu par ton équipe ? ».

Ensuite, le client reformule la situation et sollicite le groupe pour l'aider à trouver lui-même sa solution.

Cette méthodologie m'a permis de prendre conscience qu'on est le dénominateur commun de toutes ses situations et qu'il est donc possible d'agir sur le système. C'est pourquoi, aujourd'hui, lorsque je suis confronté à un cas difficile, je m'efforce de construire une relation qui va le faire évoluer.

ment, certains des 30 cadres initialement réfractaires se sont finalement laissé tenter, convaincus par leurs pairs. « A l'issue du parcours, il faut continuer à encourager les responsables à appliquer ce qu'ils ont appris. Et les soutenir dans les nouveaux rapports relationnels qu'ils essaient d'instaurer avec leur entourage – collaborateurs, pairs, autres directions – pour travailler plus efficacement », insiste Monique Fréard. Ce qui n'est pas aisé. En effet, faire évoluer une relation ou un comportement installé depuis des années s'avère un travail de longue haleine qui peut paraître démoralisant. « D'où l'intérêt de pouvoir poursuivre la démarche et de se retrouver régulièrement au cours d'une session de codéveloppement », conclut-elle. ■

JULIETTE FAUCHET

INTERVIEW

« L'open source, pour rendre nos coûts logiciels prévisibles »

JEAN-MARIE PLASZCZYNSKI, responsable du système d'information de la société de conseil CEIS, déploie actuellement une solution de virtualisation. L'occasion de faire un point sur les bénéfices de l'open source en matière de contrôle budgétaire.

Pourquoi avoir retenu l'open source pour votre projet de virtualisation de serveurs ?

JEAN-MARIE PLASZCZYNSKI : Il s'agit d'un choix stratégique, afin de nous mettre à l'abri de dérives budgétaires en ce qui concerne les licences logicielles. Avec des solutions dites propriétaires, nous sommes toujours exposés au risque d'un changement inattendu de modèle de tarification ou d'une augmentation des coûts à cause d'un franchissement de seuil de consommation ou de puissance. Dans le cadre de ce projet de virtualisation, le choix de l'open source ne repose pas sur les habituels critères de performance ou de recherche d'économies, mais sur la volonté d'une maîtrise de nos coûts à long terme.

A quel moment avez-vous basculé vers l'open source ?

J.-M. P. : En mai 2011, au début de notre réflexion, nous foncions tête baissée vers la solution d'hyperviseur vSphere de VMware, qui collait parfaitement à nos be-

soins et pour laquelle nous disposions déjà de compétences en interne. Mais cet été, à l'occasion de la sortie de la version 5 de vSphere, VMware a introduit un nouveau modèle tarifaire qui s'appuie essentiellement sur la taille de la vRAM, l'espace mémoire utilisé pour les machines virtuelles. Cette annonce nous a fait prendre conscience à quel point nous étions dépendants des décisions unilatérales d'un éditeur. Nous avons donc changé notre fusil d'épaule et opté pour une solution open source, Linux-

KVM en l'occurrence. Cette offre alternative répondait aussi à une autre de nos exigences, à savoir un bon niveau de sécurité afin de garantir une confidentialité maximale à nos clients. Cet aspect est habituellement un atout fort des solutions open source.

En quoi la nouvelle grille tarifaire vous était-elle défavorable ?

J.-M. P. : En fait, VMware a modifié deux fois son modèle tarifaire. Une première version en juillet se traduisait, pour nous, par le triplement du budget nécessaire aux licences. En août, la mouture définitive, avec des seuils plus élevés, limitait finalement la hausse à 20 % de notre budget initial. Nous aurions pu aisément absorber ce surcoût. Mais nous avons vécu ces multiples changements tarifaires comme une rupture de confiance. Investir dans une solution d'infrastructure est un engagement sur la durée et on ne change pas ce type d'outil tous les deux ans. Assurer une grande disponibilité des services à nos clients est une priorité. Cela ne doit pas se faire au détriment de la visibilité sur l'évolution des coûts.

Mais un changement tarifaire n'est pas toujours défavorable aux utilisateurs...

J.-M. P. : Bien sûr, et je ne doute pas que de nombreux clients de VMware soient satisfaits de la nouvelle tarification. Mais dans notre situation particulière, ce n'était pas le cas. Nous sommes une PME en croissance. Cela signifie que nos besoins informatiques sont également en croissance régulière. Grâce à l'open source, nous pouvons envisager une montée en puissance de notre infrastructure sans effets de seuils faisant exploser nos budgets.

Quelle est la structure de coûts de votre solution open source ?

J.-M. P. : Notre investissement porte essentiellement sur des coûts de formation à l'outil open source Linux-KVM. Dans nos calculs de risques, nous devons également anticiper un éventuel turn-over des équipes ainsi formées, et donc prévoir de nouveau des sessions de formation. Mais au final, ces frais de formation seront moindres que le coût d'une licence, surtout si celui-ci doit évoluer de façon imprévisible. ▣

PROPOS RECUEILLIS PAR DIDIER GÉNEAU

BIO EXPRESS

30 ans. Institut supérieur d'électronique de Paris.

De 2005 à 2007 : chef de projet informatique à l'hôpital des Quinze-Vingts.

De 2007 à avril 2011 : responsable informatique de l'Institut de la vision.

Depuis mai 2011 : responsable du système d'information de CEIS (Compagnie européenne d'intelligence stratégique).



MOBILITÉ Vinci Construction mise tout sur les solutions de RIM, et seulement sur elles

Téléphoner moins grâce aux smartphones

Chez Vinci, on préfère bâtir sur du solide, y compris pour la téléphonie mobile du groupe. Depuis 2003, la filiale construction a opté pour la passerelle de messagerie BlackBerry Enterprise Server, et rien ne la ferait changer d'avis. « *Nous avons commencé avec 20 terminaux. La technologie s'est révélée facile à utiliser et pérenne, et aujourd'hui, près de 3 000 de nos collaborateurs y recourent* », explique Alain Vignon, responsable réseaux et télécoms chez Vinci Construction France. Ce fut d'abord les directeurs, puis les ingénieurs, les responsables de chantier, les équipes logistiques, etc. C'est sur le terrain que le gain est le plus élevé : l'accès à la messagerie, aux agendas et à l'annuaire central a permis

L'ENTREPRISE

Activité : BTP, génie civil, etc.
Effectif : 27 000 personnes.
CA 2010 : 6,8 Md€.

LE PROJET

Problème : améliorer la productivité et la collaboration sur le terrain.
Solution : BlackBerry Enterprise Server et terminaux BlackBerry.

d'augmenter la productivité des effectifs. « *Avec le smartphone, plus besoin d'appeler sa secrétaire pour connaître son agenda ou ses collègues pour leur poser des questions. On divise par deux*

ou trois les forfaits opérateurs », précise le responsable. Mais l'iPhone ou Android ne passeront pas par Vinci.

La tablette en ligne de mire

« *Chez nous, si les collaborateurs achètent d'autres terminaux, ils ne seront pas connectés à la messagerie d'entreprise. C'est une question de sécurité et de coût. Un parc homogène est moins cher à maintenir.* » Prochaine étape : la tablette Playbook. Des tests sont prévus, notamment pour déployer des applications SIG (système d'information géographique) afin de mieux s'orienter sur les chantiers, dont certains s'étendent sur plusieurs centaines de kilomètres. ■ GILBERT KALLENBORN



CIT Vendor Finance. Expertise en Prêts et en Financements Locatifs.

Depuis des décennies, CIT Vendor Finance a compris votre besoin de financements flexibles. Nous sommes un des leaders mondiaux dans la fourniture de solutions de financement qui apportent des revenus supplémentaires pour les fabricants, les distributeurs et les revendeurs. Grâce à l'expertise approfondie de l'industrie acquise sur de nombreux marchés à travers le monde, notre priorité est de vous amener un service réactif et un haut niveau de transparence, avec à la clé, des relations clients sur le long terme.

Pour en savoir plus, visitez cit.com/vendorfinance ou merci de nous contacter: VFEuropeinfo@cit.com



FINANCEMENT DU MATÉRIEL ■ FINANCEMENT DES SERVICES ET DES LOGICIELS
 COENTREPRISES ■ PROGRAMMES SOUS LABELS PRIVATIFS

© 2011 CIT Group Inc. CIT et le logo CIT sont des marques enregistrées de service de CIT Group Inc.

RENCONTRE CHRISTIAN COLMANT, consultant en management de transition

Faire bénéficier les dirigeants de son expérience de « grand manager »

Dès son entrée dans le monde professionnel, Christian Colmant se fixe un objectif : « Devenir un grand manager ». Une mission accomplie, notamment chez Steria où il a occupé de hautes fonctions à la direction, avant de devenir directeur général, président de l'actionnariat salarial, administrateur au conseil de surveillance du groupe, et, enfin, administrateur de filiales de sociétés. Aujourd'hui à la retraite, il propose son savoir-faire de manager aux dirigeants.

« Ma recette se résume en trois C : cerveau, cœur et courage »

A ses débuts, alors ingénieur chercheur à la Direction générale de l'armement (DGA), Christian Colmant se sent à l'étroit pour concrétiser son ambition d'évoluer vers des postes clés. Après un passage chez Thomson en tant qu'ingénieur d'affaires où il mène des projets informatiques d'envergure, il touche enfin au but en 1986 en rejoignant Capgemini. Il y décroche en effet son premier poste de directeur d'agence. « Je souhaitais apprendre le business et le management en m'appuyant sur mes compétences métier acquises dans le secteur de la défense et de l'aéronautique, affirme Christian Colmant. Le savoir-faire technique ne suffit pas. Si l'on veut accéder à des postes ambitieux, le management est la seule voie. »

Pendant cinq ans, il va tout apprendre chez Capgemini : gérer l'humain, l'aspect commercial, les finances... Jusqu'au jour où l'ambition, le besoin de nouveautés, le taraudent à nouveau. « J'aspirais à de hautes responsabilités, avec la prise de risques que cela induit. » La SSII Steria lui offre cette opportunité en 1992. A la direction générale, Christian Colmant accompagne le président du groupe, tel « un maréchal » comme il se plaît à se définir, « faisant bondir le chiffre d'affaires



A la retraite, Christian Colmant s'implique dans le conseil et les associations.

SES CONSEILS

- ◊ Se créer un solide réseau de contacts.
- ◊ Oser prendre des risques.
- ◊ S'appuyer sur les compétences des autres.

SON PARCOURS

1973 : ingénieur ESME.
De 1982 à 2008 : ingénieur d'affaires (Thomson), puis directeur d'agence (Capgemini), puis directeur général (Steria).
Depuis 2008 : associé d'Evolena et créateur de CxConseil.

faut assumer ses responsabilités, oser prendre des risques, en sachant que vous vous mettez en danger. »

Après le management, le conseil

A l'aube de ses 60 ans, Christian Colmant change de cap. Nouvel objectif : aider les managers à développer leurs compétences et leur entreprise. Il devient associé d'Evolena, une structure sans salariés présidée par Franck Lacombe (un ex-collaborateur de Capgemini) et constituée d'anciens managers et experts chevronnés, qui délivre des conseils aux dirigeants de SSII et aux clients institutionnels. En parallèle, il fonde sa propre SARL CxConseil, crée l'association des anciens de Steria, et rejoint le réseau Res-IT, qui rassemble des associations d'anciens du secteur informatique pour favoriser le retour à l'emploi des seniors. Une nouvelle vie active et citoyenne. ▣

MARTINE TRIQUET-GUILLAUME

JURIDIQUE



Christiane Féral-Schuhl,
avocate à la Cour, associée fondatrice
du cabinet Féral-Schuhl/Sainte-Marie, et
bâtonnier désigné du Barreau de Paris

Noms de domaine : les .fr réservés disponibles sous conditions

Le fait : le décret du 3 août précise certaines conditions dans lesquelles peuvent être enregistrés en tant que nom de domaine en .fr, des termes qui étaient jusqu'alors interdits ou réservés.

Jusqu'à présent, même s'ils correspondaient à la dénomination d'une entreprise, certains termes ne pouvaient être enregistrés comme noms de domaine en .fr. Les mots interdits étaient liés à l'ordre public, tels « assassinat » ou « révisionnisme », ou revêtaient une connotation injurieuse ou grossière. Les termes dits « réservés » étaient, eux, soumis à des conditions liées à l'identité du demandeur. Par exemple, les professions réglementées, les noms d'organisations internationales ou de communes, ou les termes techniques liés au fonctionnement d'internet.

Conditions d'enregistrement

La loi du 22 mars 2011, entrée en vigueur le 1^{er} juillet, a modifié le cadre juridique de l'enregistrement des .fr. Si le régime juridique applicable aux termes interdits est repris à l'identique, celui concernant les termes réservés est précisé. Le nom de domaine ne doit pas porter atteinte à des droits de propriété intellectuelle (comme une marque), ou à la personnalité (le droit au nom). Il ne sera pas non plus identique ou apparenté au nom de la République française ou d'une collectivité terri-

toriale, sauf si le demandeur justifie d'un intérêt légitime et agit de bonne foi. Ce sont ces deux notions que le décret du 3 août précise. Il donne en effet plusieurs exemples de ce qui peut caractériser l'existence d'un intérêt légitime : le fait d'utiliser le nom de domaine litigieux dans le cadre d'une offre de biens ou de services, la capacité du demandeur à démontrer qu'il s'y est préparé (maquette de site web, business plan, formalités d'inscription, etc.), ou encore l'usage non commercial du nom de domaine, sans intention de tromper le consommateur.

Mauvaise foi du demandeur

A l'inverse, caractérise la mauvaise foi du demandeur une demande d'enregistrement du nom de domaine en vue de le vendre, le louer, le transférer, ou pour profiter de la renommée ou nuire à la réputation du titulaire d'un droit reconnu sur ce nom, ou à celle d'un produit ou d'un service assimilé à ce terme dans l'esprit du consommateur. ■ CHRISTIANE FÉRAL-SCHUHL

CE QU'IL FAUT RETENIR

Depuis le 1^{er} juillet, l'Association française pour le nommage internet en coopération (Afnic) est en mesure de traiter les demandes déposées d'enregistrement des termes précédemment interdits ou réservés. Elle a reçu près de 7 000 demandes à ce jour.

NUL N'EST CENSÉ...

Dénigrement sur un blog

Dans une décision du 7 juillet, le tribunal de grande instance de Montpellier a rappelé les limites à la liberté d'expression sur les espaces participatifs et de contribution personnelle. Un internaute avait dénoncé sur son blog les défauts d'une maison construite par une entreprise. Il avait employé les termes de « vol » et « d'escroquerie », et reproduit la photo du pavillon permettant d'identifier la société. Le tribunal a considéré que les propos publiés sur le blog relevaient de la diffamation et a donc condamné l'internaute au versement de dommages et intérêts.

Charte informatique et licenciement

Le 7 juillet, la chambre sociale de la Cour de cassation a considéré que le non-respect volontaire et réitéré par un salarié de la charte informatique rend impossible son maintien dans l'entreprise et justifie un licenciement pour faute grave. En l'espèce, une salariée avait permis à une personne non habilitée d'utiliser ses codes d'accès pour télécharger des données confidentielles en méconnaissance des règles et des protocoles prévus par la charte informatique de l'entreprise.

Droits des artistes-interprètes allongés

Le 12 septembre, le Conseil de l'Union européenne a adopté une directive qui prévoit une extension de la durée de protection des droits des artistes-interprètes et des producteurs de phonogrammes, qui passerait de cinquante à soixante-dix ans. Le projet de directive tend aussi à harmoniser la méthode de calcul de la durée de protection des œuvres musicales collectives, qui prendrait fin soixante-dix ans après la mort du dernier survivant, auteur des paroles ou compositeur de la musique.

01

BUSINESS & TECHNOLOGIES

OFFRE EXCEPTIONNELLE

1 an d'abonnement au magazine print + numérique et **SES SERVICES ONLINE**

Abonnement PACK PRO

190€

au lieu de ~~484€*~~



1 an d'abonnement au magazine print + numérique et ses SERVICES ONLINE

- L'hebdomadaire (44n°) pour aborder avec recul les nouvelles tendances technologiques,
- Un accès prioritaire à l'information avant réception du magazine,
- 44 versions numériques avec 3 accès (PC bureau, PC portable, PC personnel),
- 6 Newsletters thématiques hebdomadaires (Développement, Sécurité, Réseaux, Télécoms & Mobilité, Logiciels et applications, Infrastructures, Economie numérique),
- 2 Newsletters mensuelles (best practices),
- Un accès privilégié aux journées 01.

01

BUSINESS & TECHNOLOGIES

BON D'ABONNEMENT

Retrouvez cette offre en ligne!
www.abo-01informatique.com

✉ A renvoyer sous enveloppe non affranchie à 01 Business & Technologies - Service Abonnements libre réponse N°50413 - 78927 YVELINES CEDEX 9
☎ 01 70 37 31 75 (de 8h30 à 19h du lundi au vendredi, numéro non surtaxé)

OUI, je m'abonne au pack Pro 01 Business & Technologies (1 an) pour **190€** au lieu de ~~484€*~~ soit **une économie de 294€ !**
44N° (print + web) + 6 newsletters hebdomadaires + 2 newsletters mensuelles + un accès privilégié aux journées 01.

Je règle par :

Chèque bancaire à l'ordre de **01 Business & Technologies**

Carte bancaire (CB, EC, MC, VISA)

N° _____ Date et signature obligatoires

N° de contrôle _____ Expire fin _____
(3 derniers chiffres au dos de votre carte bancaire)

Je souhaite recevoir une facture acquittée.
Si l'adresse de facturation est différente de celle de la livraison ci-contre, merci de nous le préciser.

Mes coordonnées : M^{me} M^{lle} M.

Nom _____

Prénom _____

Société _____

Fonction _____

Adresse _____

Code postal _____ Ville _____

Tél. _____

E-mail (pour bénéficier des services online): _____

Si vous ne souhaitez pas que votre adresse e-mail soit utilisée par les partenaires du Groupe 01 à des fins de prospection veuillez cocher la case ci-contre

* Prix de vente au numéro. Offre valable jusqu'au 31/12/2012 pour les nouveaux abonnés en France métropolitaine uniquement. L'éditeur s'engage à livrer votre magazine sous un délai maximum de 5 semaines. Les informations sont nécessaires au Groupe 01 pour traiter votre commande et les services qui y sont associés. Les catégories de destinataires étant uniquement celles nécessaires à l'exécution de cet abonnement, aux services associés et partenaires du Groupe 01. Ces informations sont enregistrées dans notre fichier de clients et peuvent donner lieu à l'association au droit d'accès, de rectification et de suppression auprès du service Abonnements au moyen d'un e-mail adressé à abonnement@businessgroup-01.com conformément à la loi « Informatique et libertés » du 6 janvier 1978 telle que modifiée en 2004. L'éditeur se réserve le droit de modifier le contenu, le titre ou le format de la publication objet du présent abonnement, dans le respect de son actuelle ligne éditoriale. Conformément à l'article L. 121-20-2° du Code de la consommation, vous ne bénéficiez pas d'un droit de rétractation. Les demandes de résiliation anticipée et de remboursement ne seront prises en compte que dans le seul cas d'un motif légitime dûment justifié. Les demandes sont à adresser exclusivement par simple courrier à l'attention du service Abonnements à l'adresse suivante: 01 Business & Technologies - Service Abonnements - 17 route des Boulangers - 78926 YVELINES Cedex 9. Retrouvez nos conditions générales de vente sur: www.01net.com/groupe01/cgv_abo/

01 Siège social : Groupe 01, 12, rue d'Oradour-sur-Glane - 75015 Paris - S.A.S au capital de 199 272 € - RCS Paris B 311 243 794

PP144

OPINIONS

Donnée gratuites ou non ? La bataille sur les conditions d'utilisation de l'open data est engagée. P. 34

Le « Guardian » a publié le témoignage d'un informaticien sur le trading haute fréquence. Terrifiant. P. 35

« Le véritable cloud computing reste encore à inventer. »

Charles-Antoine Beyney, président de BSO Network P. 36



GRAND EMPRUNT DAVID LAROSE, DSI de la communauté d'agglomération Drancy-Le Bourget

Pourquoi pas un vrai cloud d'État ?

Andromède, un nom mythique derrière lequel se cache une initiative discutable, menée par l'Etat avec Orange, Thales et Dassault Systèmes. Son but ? Créer une offre franco-française de services cloud garantissant que les données qui y seront stockées ne sortiront pas des frontières hexagonales. Le projet vise à faire barrage aux éventuelles enquêtes des Etats-Unis qui, au nom du Patriot Act, pourraient demander l'accès aux données hébergées en Europe par des fournisseurs américains. Il est vrai que l'espionnage, hors piratage informatique, devient une menace lancinante. Sur le papier, cette initiative, censée garantir la confidentialité des données des administrations françaises, serait presque séduisante.

Des offres françaises de cloud existent déjà

Mais nous sommes en 2011 et il existe pléthore d'offres de cloud français de qualité^(*). Ainsi, une organisation peut aisément trouver, dans l'Hexagone, des prestataires réputés pour leur sérieux et leur maîtrise technologique, et y placer ses précieuses données, applications ou postes virtualisés. Tout en ayant la garantie que pas un octet ne franchira les frontières de notre pays ! Loin de moi la volonté de brimer la liberté d'entreprendre, je souhaite surtout contester celle de gaspiller de précieux millions d'euros que l'Etat cherche pourtant désespérément à économiser. Le projet Andromède sera, dans le cadre du grand emprunt, financé à hauteur de 135 millions d'euros par l'argent public, via la Caisse des dépôts. Le restant (150 millions) étant apporté par les partenaires privés. Ce



« Les serveurs sous-exploités des datacenters ministériels aideraient à créer un cloud gouvernemental »

projet apportera surtout un concurrent de plus à des prestataires privés qui ont déjà bien du mal à vendre leurs services de cloud, en dépit du matraquage médiatique de ces deux dernières années. Ces millions vont essentiellement avantager de grandes entreprises – au profit d'Orange Business Services en premier lieu, déjà fournisseur de service cloud – alors qu'ils pourraient aussi aider de jeunes sociétés innovantes.

Avant que ce vaste chantier ne voie le jour, il serait opportun de consulter le DSI de l'Etat, récemment nommé. Il expliquerait qu'il existe actuellement

des milliers de serveurs sous-exploités dans les multiples centres de données ministériels. Utiliser cette puissance de calcul permettrait de créer un cloud gouvernemental, à l'instar de l'initiative anglaise (G-Cloud) ou Suisse.

Plutôt équiper en fibre les régions

Ce cloud, conçu par l'Etat pour l'Etat, offrirait aux entités administratives un accès à des services de Saas (Software as a Service), de Paas (Platform as a Service) ou de Daas (Data as a Service) qu'il leur serait impossible de financer elles-mêmes, faute de ressources. Les sommes économisées sur le budget pharaonique d'Andromède seraient réinvesties dans la fibre, pour raccorder préfectures, commissariats, trésoreries générales, ou casernes de pompiers. Par ailleurs, il serait préférable de lancer des recherches sur les technologies nécessaires à la conception de datacenters moins énergivores en faisant appel aux pôles de compétitivité, puis d'en faire une vitrine de la « french touch ». Enfin, un cloud de l'Etat pour l'Etat, en offrant l'opportunité de lancer un chantier d'urbanisation des systèmes d'information, étendrait les fonctions du coffre-fort numérique citoyen pour alléger les procédures administratives ou les échanges inter administrations. Cela démontrerait que la technologie, associée au savoir-faire français, peut devenir synonyme d'économies et d'investissement dans des infrastructures d'avenir. Alors, rêvons un peu ! ■

DAVID LAROSE

(*) Alerté, Jean-Christophe Lagarde, député-maire Nouveau Centre de Drancy, a adressé une question écrite au gouvernement et à François Fillon.

HUMEURS LE POINT DE VUE DES JOURNALISTES DE LA RÉDACTION DE OI

One last thing

Pierre Berlemont, rédacteur en chef adjoint

L'émoi suscité par le décès de Steve Jobs est à proprement parler sidérant. Quel autre PDG d'une société aussi puissante et riche qu'Apple, pure entreprise représentative du capitalisme triomphant, aurait engendré les pleurs – au sens littéral – de millions de ses clients, pardon, de ses fans ? Que le président des Etats-Unis, Barack Obama, salue « l'un des plus grands inventeurs américains, assez courageux pour penser différemment », est logique. Bill Gates est aussi dans son rôle lorsqu'il affirme que les effets de Jobs « se feront encore ressentir pendant plusieurs générations ». Mais que les stars du rock (Coldplay, Kylie Minogue), du cinéma (Ashton Kutcher), du sport (Lance Armstrong), et que les hommes politiques français (Martine Aubry, Nicolas Sarkozy...) s'émeuvent autant de la disparition du patron d'Apple est sans précédent. Sans compter qu'à peine sa mort annoncée, des milliers d'inconnus se sont déplacés au siège d'Apple et dans tous les Apple Stores pour y déposer des fleurs et autres bougies. Les réactions suscitées par cet événement sont da-

« C'est comme lorsque John Lennon est mort, ou JFK »

vantage comparables à celles provoquées par la mort de Michael Jackson qu'aux réactions engendrées par le décès de tout autre dirigeant d'entreprise. Comme l'affirme Steve Wozniak, son compère avec qui il a fondé Apple, « c'est un peu comme quand John Lennon est mort, ou JFK, ou peut-être Martin Luther King ». Rien de moins. Le phénomène est d'autant plus étonnant que Steve Jobs était avare d'interviews. Sa présence médiatique se résumait à ses célèbres keynotes, ponctuées systématiquement par un « One more thing » annonçant un produit forcément « révolutionnaire ». Aucune photo de lui en famille, à un événement sportif ou à une manifestation mondaine. Il s'appliquait la discrétion drastique qu'il imposait à ses employés. Juste une dernière chose : Apple a présenté son nouvel iPhone la veille de son décès. ■



Les contradictions de l'open data

Vincent Berdot, grand reporter

Les débats de l'open data se concentrent sur les conditions de réutilisation des données publiques (informations météo, trafic, démographie). Gratuites ? Gratuites sous conditions ? Payantes si elles ont fait l'objet d'un investissement ? La complexité de ces questions tient surtout au manque d'homogénéité des parties prenantes. A priori, les lignes sont claires. D'un côté, l'administration, détentrice de l'information. De l'autre, les consommateurs : sociétés privées, chercheurs, citoyens. Au centre, les promoteurs de cette libération : la sphère politique, et en particulier le gouvernement. Chacun de ces acteurs affiche cependant en son sein des positions et des intérêts souvent divergents. L'Etat déjà. Celui-ci est tiraillé entre deux logiques. L'une s'appuie sur la gratuité des données, et pousse à la transparence l'action publique et l'émergence de nouveaux marchés. L'autre, qui encourage les gains pour l'Etat, table sur la valorisation des

« Les ministères gagneront à la libération des données publiques »

informations publiques, souvent au travers d'une monétisation. Deux positions difficilement réconciliables... surtout en temps de vaches maigres. Les producteurs de données, ensuite. Là encore, une fracture. En dépit de l'effort mené pour extraire et mettre en ligne leurs données, ministères et collectivités ont finalement tout à gagner à cette libération, même gratuite : retombées économiques, rentrées fiscales... D'autres ont tout à perdre. C'est le cas des Etablissements publics à caractère administratif (EPA), tels que l'Inpi (Institut national de la propriété individuelle) et l'IGN, dont le modèle économique repose en partie sur la vente de données : registres des sociétés, cartes, etc. Enfin, la césure existe chez les consommateurs de données publiques. Entre, d'une part, les PME et les start up, qui se félicitent de la gratuité véhiculée par l'open data. Et, d'autre part, les grands revendeurs de données, habitués à acheter, agréger et enrichir de l'information auprès de l'administration. Pour eux, cette gratuité casse le marché en l'ouvrant à de nouveaux entrants. ■



ON EN PARLE DANS LES BLOGS

Vente liée ordinateur-logiciels : à quand les actes ?



La synthèse. Si April salue le discours d'Eric Besson sur le potentiel économique du logiciel libre à l'Open World Forum, l'association appelle le ministre de l'Economie numérique à s'attaquer enfin aux distorsions de concurrence qui pénalise encore le secteur. Sur les marchés pu-

blics, de nombreux appels d'offres exigent une marque ou une technologie propriétaire particulière. Le problème de la vente liée, qui subordonne celle d'ordinateur à l'achat de logiciels, reste aussi entier. Ce découplage était pourtant un des engagements pris par Eric Besson dans le cadre du Plan France numérique 2012. Avec le projet de loi

sur la protection des consommateurs, le gouvernement a une occasion idéale pour réparer cet oubli.

Un billet de l'April, association en faveur de la démocratisation et de la diffusion du logiciel libre

<http://goo.gl/BfMHY>

Le grand public, un indicateur pour anticiper l'informatique de demain

La synthèse. Jusqu'en 1995, les outils informatiques mis à la disposition de leurs collaborateurs par les entreprises étaient, dans la majorité des cas, plus



avancés que ceux qu'ils utilisaient chez eux. Avec le décollage du web, ce décalage s'est inversé. Aujourd'hui, la majorité des individus disposent d'outils plus performants que ceux qu'ils utilisent au bureau. Les DSI doivent faire de ces usages grand public un indicateur pour anticiper les technologies à déployer en entreprise. A l'image d'United Airlines qui a équipé ses pilotes d'iPad, dix-huit mois après l'arrivée de la tablette sur le

marché. En conséquence de quoi, « la liste est longue des antiquités dont il est urgent de se séparer : réseaux X25, PC Windows et suites bureautiques obèses, applications en mode client-serveur, schémas directeurs à cinq ans... »

Une analyse de Louis Naugès, président de Revevol

<http://goo.gl/zKtiO>

Le « cygne noir » du trading haute fréquence

La synthèse. Ce billet reprend le témoignage publié dans *The Guardian* d'un informaticien à la City londonienne. Notre ingénieur a coécrit un programme de trading haute fréquence. Un système qui permet à « des ordinateurs d'acheter et de vendre des actions des dizaines de milliers de fois, en les détenant pendant



parfois moins d'une minute. Si le « moteur » dysfonctionne ne serait-ce qu'une seconde, le nombre de transactions effectuées pendant ce temps est si énorme qu'il est essentiel de le surveiller d'aussi près que possible. » La marque d'un bon programme dépend de son bon fonctionnement, mais aussi de sa capacité

à réagir à des événements inattendus. C'est ce qu'il appelle le « cygne noir », un fait sans précédent qui peut ne pas avoir été pris en compte par le système.

Une traduction de Xavier de la Porte, producteur de *Place de la Toile* sur France Culture

<http://goo.gl/BcBSR>

LE BUZZ SUR OINET-ENTREPRISES



Samsung paiera pour chaque smartphone ou tablette Android vendus

Licence. La guerre des brevets fait rage. Désormais, chaque tablette ou smartphone Android commercialisés par Samsung feront l'objet du paiement d'une redevance à Microsoft. Un accord qui met fin aux disputes juridiques entre les deux acteurs. Ayant revendiqué la vente de plus de dix millions de smartphones Galaxy S2 depuis mai 2011, la facture pourrait s'élever à plusieurs di-

zaines de millions de dollars pour le Coréen. Cet accord fait réagir les « Oinautes ». Pour l'un, « Microsoft se fait payer pour un système qu'il n'a pas créé... ». Un autre rappelle que Google a repris le travail de Microsoft pour l'intégrer dans Android. Un troisième : « Si un concurrent utilise ton moteur dans sa carrosserie, il serait normal qu'il te rémunère en échange de ton travail, non ? »



<http://goo.gl/DsQGW>

CARTE BLANCHE À...

Le véritable cloud computing reste encore à inventer !

CHARLES-ANTOINE BEYNEY, président et cofondateur de l'hébergeur BSO Network Solutions, conseille aux fournisseurs de ne pas surestimer la réalité de l'informatique dans les nuages.



On pouvait penser que l'éclatement de la bulle internet au début des années 2000 avait apporté au secteur une certaine sagesse. Mais ce que nous vivons actuellement avec le cloud computing fait craindre que nous n'ayons pas tiré toutes les leçons des erreurs du passé. Pourquoi s'en prendre à une technologie dont tout le monde (client, fournisseur de solutions, prestataires de services...) souligne les avantages tant en termes économiques et techniques que productifs et écologiques ? Parce que le cloud global n'existe pas. Pire, il ne devrait pas fonctionner avant cinq ou dix ans.

Ce que nous faisons aujourd'hui ne peut en aucun cas être défini comme du cloud computing. Car, pour cela, il ne s'agit pas seulement d'installer un logiciel de virtualisation capable de gérer les serveurs de l'entreprise, les solutions de stockage ou la messagerie. Ni de donner les clés de son système d'information à un prestataire de services, chargé de l'administrer via un nuage mutualisé.

Une virtualisation encore partielle

Le cloud est bien plus que cela. C'est un ensemble qui sous-entend une virtualisation de toutes les ressources d'infrastructure informatique de l'entreprise (sécurité, réseau, base de données, logiciel, serveur...). En clair, cela suppose l'intégration cohérente d'une architecture complexe qui remplace complètement une salle informatique cliente. Et l'entreprise doit percevoir son système d'information comme un outil de productivité et non comme une charge financière et humaine. Techniquement, seuls deux éléments (NAS et serveurs), sur au moins six (équilibreur de charge,

« Il faut arriver à se détacher entièrement et simplement de la couche matérielle »

pare-feu, commutateurs, routeurs...) composant une infrastructure complète, sont aujourd'hui virtualisables en masse et à la demande, et ce pour un prix exorbitant (entre 20 et 30 % des ressources matérielles en sus des coûts de licence). Et, dans de nombreux cas de plates-formes, la virtualisation partielle ne peut être adoptée comme un élément de simplification d'administration ou d'aide au développement.

Dans un contexte économique morose, alors que les DSI cherchent à rationaliser leurs dépenses, cette partialité freine grandement l'adoption de la virtualisation. Et même si toutes les entreprises adoptaient ces outils, il serait difficile de se détacher entièrement et simplement de la couche matérielle.

Par ailleurs, la taille des réseaux domestiques et mobiles est encore très insuffisante pour pouvoir faire transiter les flux générés par une utilisation de masse des terminaux légers. Illustration : un passionné de *Dirt 3* (jeu vidéo de rallye automobile) joue sur trois écrans en

qualité Full HD et utilise un terminal léger qui consommerait 90 Mbit/s de bande passante ; sa sœur regarde la télévision en qualité Full HD (30 Mbit/s) ; le père consulte les cours de la Bourse en temps réel et continu sur le site de Bloomberg (35 Mbit/s) ; et la mère suit les dernières actualités sur internet (5 Mbit/s). La famille consomme alors un minimum de 160 Mbit/s de bande passante. Face à une telle consommation, les infrastructures déjà existantes ne sont capables de servir que quelques millions de personnes, tout au plus.

Des technologies pas assez matures

Avec un véritable cloud computing, ce foyer pourrait utiliser des technologies similaires n'importe où et n'importe quand. Mais une telle offre globale n'existe pas encore sur le marché. Car les technologies nécessaires à sa mise en place ne sont pas totalement fonctionnelles et, parfois, ne sont pas même compatibles entre elles. Par ailleurs, ce genre d'intégration ne peut se faire sans un accompagnement au changement au sein même des entreprises.

Selon moi, le cloud computing d'aujourd'hui est surtout une avancée « marketing » se traduisant par une version internet 3.0, puisqu'il s'agit de fournir toujours plus de services d'une manière plus évoluée via la Toile. Le succès de l'informatique en nuage n'est qu'une question de temps. Mais les clients doivent connaître la vraie nature de ce qu'on leur propose et ne pas s'engager vers des choix qu'ils pensent pérennes alors qu'ils ne sont que temporaires, voire incompatibles avec l'existant. Le cloud est une très belle idée sur le papier, mais si nous continuons à la survendre alors que les technologies ne sont pas encore matures et que les entreprises ne sont pas totalement prêtes, nous risquons de voir resurgir une bulle spéculative, à l'image de celle de 2001. ■

CHARLES-ANTOINE BEYNEY



AVEZ-VOUS DÉJÀ REGARDÉ UN FILM AVEC UN PLOT ?



VLC media player, un des meilleurs lecteurs vidéo sélectionné par 01net parmi les 55 000 logiciels à télécharger.

VLC
MEDIA PLAYER

telecharger.com

01net.

N°1 du téléchargement

www.01net.com

MATINÉES

01

Les nouvelles frontières de l'entreprise

Mardi 13 octobre, une centaine de décideurs se réunissait à Capital 8 à Paris pour débattre sur les nouveaux moyens de communication et de travail collaboratif en entreprises.

Entreprise Collaborative



En association avec



N°1 sur l'économie.



Christian Doreau (Volkswagen France) gagnant du tirage au sort *Matinées 01* a remporté un iPad remis par Olivier Coredo.

« Avec plus de 93 000 collaborateurs répartis dans 130 pays, souvent dans des lieux reculés, nous cherchons à collaborer de manière plus efficace partout dans le monde », lance Patrick Hereng, DSI de Total, en ouverture des débats. Il en vient alors à détailler ses trois grands programmes autour de la collaboration et de la communication au sein du groupe : le programme Vision, en cours de déploiement, qui touche le poste de travail (amélioration de la sécurité, outils collaboratifs, messagerie instantanée, visio, click to call) ; le projet de refonte de l'intranet d'entreprise (migration de 300 sites vers un portail groupe), avec notamment une réflexion avancée autour d'un réseau social d'entreprise (RSE) ; et pour finir le déploiement d'une solution de téléprésence, en complément des 300 salles déjà équipées de solutions haute définition.

« Le déploiement des outils est en fait finalement le plus simple. La conduite du changement, faire en sorte que les outils soient utilisés, est un vrai défi » explique-t-il. La DSI a donc mis en place une sorte de « compagnonnage », avec de véritables ambassadeurs de l'IT au sein des branches, qui renseignent les utilisateurs. Il enchaîne : « Nous ne déployons cependant pas de solutions tant que les utilisateurs ne sont pas prêts. En 2009, nous avons par exemple reporté un projet de portail ». La DSI initie donc les projets mais n'anticipe pas trop tôt pour ne pas se trouver en décalage avec les besoins métiers.

Le lent décollage du marché

La prudence se mesure aussi sur le marché. Alors que l'on parle ToIP depuis plus de 10 ans, communications unifiées depuis plus de 5 ans, les entreprises migrent depuis peu et implémentent à petites doses les solutions à valeur ajoutée. « Selon une étude que nous avons menée, 72% des entreprises ne disposent pas ou n'utilisent pas la messagerie unifiée » relève Jean-Denis Garo, Directeur Communication et Marketing support chez Aastra. Il identifie « la percée de la convergence fixe mobile comme outil de substitution ». Reste-t-il un obstacle majeur ? Le ROI pas forcément évident, et aussi

la sécurité et la confidentialité des informations, notamment pour le chat. « La résistance au changement est aussi un frein fort », renchérit Laurent Auzely, Directeur de la Stratégie chez Exaprobe.

Des infrastructures obsolètes, non évolutives, ou encore l'installation d'un nouveau site, sont majoritairement les motifs de migration en ToIP. Ainsi Coteba a tout d'abord profité de l'installation de son nouveau siège à la Plaine-Saint-Denis pour franchir le pas, et a peu à peu déployé la solution IPBX Alcatel sur les 13 agences françaises. « Suppression des T2 sur les sites déportés, communications intersites gratuites, gains sur l'administration, sont autant d'éléments qui font que notre ROI a été atteint en 18 mois » explique Stéphane Benhamou, DSI du groupe.

Chez Structis, GIE de Bouygues Construction, c'est une volonté de fédérer les agences sur un même réseau téléphonique qui a poussé au passage à la ToIP (5 000 postes sur le seul site de Challenger). « Ce qui est particulièrement intéressant dans la solution mise en place, c'est que nous pouvons recycler les IPBX des petits sites temporaires, et les réinstaller ailleurs. Ce reconditionnement du matériel mis en place par Mitel et Exprimm'IT, nous apporte une souplesse terrible sur les chantiers », rapporte Amaury Pitrou, Responsable de projets chez Structis. La société a par ailleurs mis en place des solutions de ToWifi, de communications unifiées et de CTI. « La ToIP nous procure beaucoup de souplesse et nous apporte énormément de fonctionnalités » témoigne Roland Brasier, DSI d'Azureva Vacances. Il a ainsi installé 6 sites, soit à peu près 1 000 lignes, à moindre coût grâce à une solution Asterisk (et des postes SIP Astraa), intégrée par Wisp-e. Hubert Tournier quant à lui est allé au-delà des simples solutions de communication pour faire collaborer les équipes. Le DOSI adjoint du groupement des Mousquetaires explique la mise en place il y a 3 ans d'outils collaboratifs en SaaS interne, au moyen d'un Cloud Privé. « Nous proposons de la gestion de documents, du partage, de l'archivage, un workflow ainsi que des outils de ges-

tion d'enquêtes ou encore d'échange de fichiers» explique-t-il. Il poursuit « nous avons alors commencé à réduire certaines pratiques peu sécurisées d'utilisateurs qui s'appuyaient sur des solutions externes ». Le groupe a aussi testé un RSE pour un client interne et maintient globalement cette réflexion.

Accompagner les usages

Sur le RSE, Alcatel Lucent n'en est plus à ce stade. Plus de 57 000 profils, 3 500 groupes, le réseau social interne « Engage » est en marche depuis plus d'un an ! « Près d'un quart est actif et nous comptons 6% environ de contributeurs » note Jérôme Colombe, Responsable de la gouvernance Web chez l'équipementier. Il ajoute « les utilisateurs viennent pour s'informer, trouver de l'info et échanger avec des experts. Mais également pour partager des passions ».

Alors Alcatel Lucent, un cas à part ? « Pour le moment le RSE est balbutiant, chacun tente de prendre ses marques. Comme pour le Web 2.0, les entreprises se posent la question de savoir quels usages personnels peuvent pénétrer le monde de l'entreprise » relate Jean-François Ruiz, fondateur de PowerOn. Marc de Fouche-cour, Directeur Associé chez Nextmodernity, ajoute : « les gros éditeurs s'y mettent, nous avons un faisceau d'événements techniques, sociologiques et organisationnels qui font que le mouvement est inéluctable mais il prendra du temps ». Arnaud Rayrole intervient ensuite sur les « bonnes pratiques » à mettre en œuvre pour développer son potentiel social. Il insiste notamment sur le recrutement d'évangélistes en interne, pour mobiliser et agir localement.

En synthèse de cette matinée riche en information et échanges, Antoine Gourevitch, VP au Boston Consulting Group, constate un désengagement important des salariés dans le monde du travail ainsi qu'une complexité croissante des organisations devenues « illisibles ». Il insiste alors sur la nécessaire mise en place d'une « intelligence organisationnelle », avec un nouveau rôle du management, un engagement plus fort des salariés et une coopération accrue entre les équipes. La DSI se positionne alors comme un moteur de cette transformation, devenant un chef d'orchestre entre les métiers, l'IT et la DG.



Ci-dessus de gauche à droite : Amaury Pitrou (Structis), Laurent Auzely (Exaprobe), Hubert Fournier (Groupement des Mousquetaires), Jean-Denis Garo (Aastra) et Stéphane Benhamou (Artelia)

Ci-dessous de gauche à droite : Roland Brasier (Azureva Vacances), Marc de Fouche-cour (Nextmodernity), Jean-François Ruiz (PowerOn) et Jérôme Colombe (Alcatel Lucent)



Arnaud Rayrole (USEO), Patrick Hereng (Total) et Antoine Gourevitch (Boston Consulting)

© DR

En partenariat avec



DOSSIER

« Le PC devient un terminal parmi d'autres. Mais moins intéressant et moins innovant. »

Ranjit Atwal, analyste chez Gartner



TENDANCE

Selon ABI Research, le marché du bureau virtuel devrait passer de 500 M\$ en 2009 à près de 5 Md\$ en 2016. La baisse des coûts de maintenance et la sécurité seront les principaux moteurs de croissance.

25 % au moins des tablettes achetées le seront par des entreprises. Une proportion qui devrait augmenter en 2012, le monde professionnel devançant ainsi le grand public.

Source : Deloitte

Postes de travail

UN CHOIX DICTÉ PAR DES USAGES MÉTIER

Inventé à l'époque où internet n'existait pas, le bon vieux PC commence à s'essouffler. D'autant plus que les alternatives se multiplient : tablettes, ultra-books, Chromebook, bureau

virtuel, streaming applicatif... L'entreprise n'a que l'embarras du choix pour équiper ses postes de travail. La question qui se pose maintenant est : quel terminal pour quel usage ?



TENDANCE

Le netbook est mort

avant qu'il n'ait pu percer en entreprises. Désormais, Intel et ses partenaires misent sur une nouvelle catégorie de produits : l'ultrabook. C'est-à-dire un PC portable léger, fin et puissant. Impression de déjà-vu ?

11 000 iPad ont été remis par la compagnie Continental United à ses pilotes de ligne. C'est, à ce jour, le plus grand déploiement de cette tablette pour un usage réellement métier.

« La logique d'un PC identique pour tout le monde est terminée. Ce qui compte aujourd'hui, c'est l'usage. »



Laurent Chevet, associé fondateur du cabinet de conseil Consultake

Enjeux LE POSTE DE TRAVAIL DOIT S'ADAPTER AUX NOUVEAUX USAGES

Ventes en berne, apparition de matériels alternatifs... le règne du PC semble toucher à sa fin.

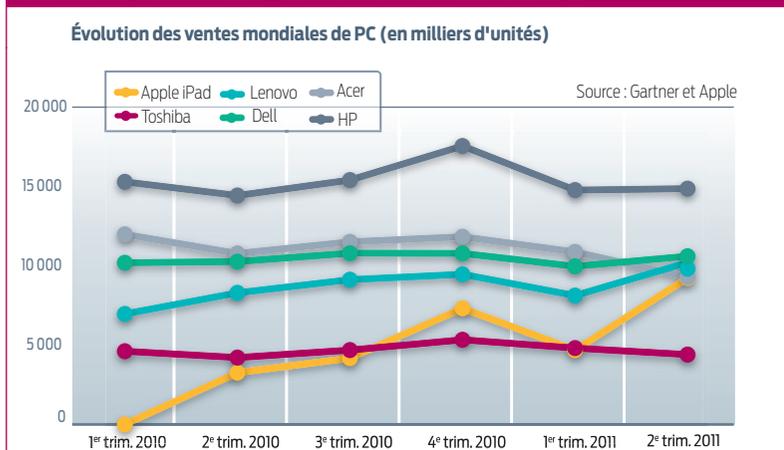
Les postes de travail évoluent, pouvant être virtuels, mobiles, légers, tactiles, etc. Un vrai casse-tête pour les DSI, qui devront avant tout se poser la question de l'utilisation.

Le PC est mort. C'est son père, IBM, qui le dit, par la voix de Mark Dean, le directeur technique de la firme. Selon lui, le Personal Computer va bientôt finir dans un musée, coincé entre la lampe à incandescence, la machine à écrire et le vinyle. Vraiment ? La situation n'est pas si simple. Depuis des décennies, l'ordinateur personnel est le poste de travail par excellence, notamment grâce à la

puissance de Microsoft et de son écosystème. Mais le monde est en train de changer sous l'effet de plusieurs grandes tendances : la virtualisation, la mise en ligne des applications (cloud computing) et l'apparition de nouveaux terminaux (tablettes, smartphones).

Les deux premières orientations diminuent l'importance du système d'exploitation, voire la réduisent à zéro. Ainsi, VMware fait l'apologie d'un poste de travail totalement virtuel et indépendant du terminal d'accès. Google, de son côté, propose ses Chromebook, des postes réduits à un simple navigateur web. Dans les deux cas, les applications sont hébergées à distance, dans un datacenter ou dans un cloud. « Plus de la moitié des applications en entreprise sont déjà indépendantes du système d'exploitation et du navigateur, notamment grâce au mode SaaS (Software as a Service). Nous pensons que, d'ici à 2017, ce sera le cas pour les deux tiers des applications », estime Brian Gammage, directeur marketing chez VMware.

L'EFFET IPAD SUR LES VENTES MONDIALES DES PC



Les ventes de la tablette Apple explosent, alors que celles des fabricants de PC diminuent ou stagnent.

Une autre façon de travailler avec les smartphones

Les tablettes et les smartphones, eux, nous montrent qu'une autre façon de travailler est possible, qu'un ordinateur ne doit pas à tout prix savoir tout faire, qu'il est nécessaire d'adapter le terminal à l'usage. Ainsi, l'iPad commence à remplacer dans certaines entreprises les PC portables pour la consultation de documents (dossiers papier dématérialisés) ou la contribution simple (formulaires, cases à cocher). Au niveau du marché, les conséquences se font déjà sentir. Alors que les ventes de tablettes explosent, celles des ordinateurs personnels sont en berne, en tout cas dans les pays occidentaux. Face à ce manque de perspectives, HP, le principal vendeur de PC dans le monde, a décidé de se séparer de cette activité, par une vente ou un spin off. Une décision qu'IBM avait déjà prise en 2004.

Pour les entreprises, le poste de travail est devenu un véritable casse-tête. Car le problème du choix est désormais beaucoup plus complexe, avec un nombre vertigineux de possibilités : des machines nomades, mobiles ou fixes ? Légères ou lourdes ? Virtuelles ou non ? Tactiles ou pas ?

Une machine personnalisée selon l'usage

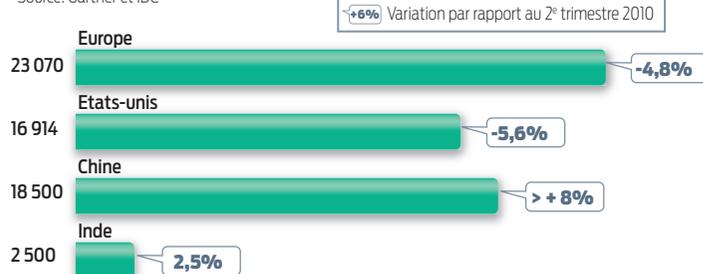
Tous ces critères pourraient même être combinés. Ainsi, pourquoi ne pas déployer des postes de travail virtuels sur des terminaux légers portables ? C'est possible, mais est-ce souhaitable ? Difficile à dire... « *Le PC maîtrisé identique pour tout le monde, c'est fini, estime Laurent Chevet, associé fondateur de Consultake, un cabinet de conseil. Aujourd'hui, nous préconisons de segmenter les effectifs par types d'usage et de mobilité. Plus l'utilisateur se déplace, plus le terminal doit être léger. Pour des applications multimédias, par contre, un PC classique est plus approprié.* »

Par ailleurs, il est intéressant de constater que les nombreux faire-part de décès du PC coïncident avec le passage à Windows 7, une migration que bon nombre d'entreprises, ayant fait l'impasse sur Windows Vista, sont obligées de prendre en considération. C'est donc le moment idéal pour tous les « ennemis » de l'ordinateur personnel de proposer des alternatives et de prendre des parts

VENTES DE PC PAR RÉGIONS : L'EUROPE DÉCROCHE

Ventes mondiales de PC au 2^e trimestre 2011 (en milliers d'unités)

Source: Gartner et IDC



Au deuxième trimestre 2011, les ventes de PC se sont écroulées en Europe, mais un peu moins qu'aux Etats-Unis.

de marché. C'est de bonne guerre. Mais alors, le bon vieux PC est-il vraiment mort ? « *Non. Mais c'est désormais un terminal parmi d'autres, explique Ranjit Atwal, analyste chez Gartner. Il n'est plus très intéressant, ni très innovant. Pour survivre, l'industrie du PC a intérêt à innover et à changer son modèle économique. Sinon, elle sera marginalisée.* »

L'AVIS DES UTILISATEURS



Yann Morin,

DSI du Groupe Glon Sanders

Nous allons revoir toute notre stratégie concernant le poste de travail. Le cloud, la virtualisation, le travail à domicile, le nomadisme, ainsi que l'explosion du nombre d'équipements communicants nous y poussent. Fondamentalement, nous changeons notre approche : plutôt que de raisonner en termes de remplacement de matériel, nous travaillons sur les usages métier attendus. Notre groupe s'étendant géographiquement, les déplacements justifient des portables. Nous utilisons des iPad pour les présentations commerciales et testons les tablettes de RIM pour les itinérants déjà équipés des smartphones BlackBerry. Mais, à ce jour, ces tablettes ne proposent pas de solutions suffisamment satisfaisantes pour remplacer le PC portable.



Yacine Benbouali,

DSI du cabinet Kurt Salmon

Le poste de travail n'a jamais été stratégique pour nous. Nous avons toujours privilégié les ordinateurs portables, car nous avons une population constituée de consultants mobiles. Pour les deux à trois années à venir, notre plan est de promouvoir l'usage des tablettes, en supposant que les applications soient suffisamment prêtes pour reprendre l'ensemble des fonctionnalités assurées par les portables actuels. Quant à laisser l'utilisateur choisir lui-même son modèle et sa marque de poste de travail, cela imposerait d'étoffer l'équipe technique, de revoir les processus de travail du support IT, de les faire évoluer et de diversifier les compétences. Tout ceci viendrait augmenter le coût total de possession de la machine. Ce n'est donc pas envisageable.



Xavier de Broca,

DSI d'Oséo

Remplacer le PC sédentaire sous Windows par autre chose ? Non. Nous avons actuellement une maintenance du parc très simplifiée, car il est très homogène. Nous cherchons à faire simple : un poste fixe rapide, simple et efficace, avec un écran de 24 pouces. C'est le cas le plus répandu. Pour le portable, la robustesse et l'homogénéité sont des critères importants, de même que la connectivité mobile. Pour l'instant, la demande en notebooks professionnels reste marginale. La question des terminaux évolue très rapidement avec les problématiques mobiles et la vision cloud-poste léger. La perspective d'un smartphone puissant devenant un poste fixe au bureau, une fois doté d'un grand écran et d'un clavier, nous semble également très intéressante...

Nomades L'ULTRABOOK S'IMPOSE COMME L'AVENIR DU PC PORTABLE

On pensait que le netbook, petit, léger et peu cher, avait un avenir. Mais il n'aura été qu'un feu de paille.

Apple a démontré qu'un portable peut être endurant, léger et, surtout, puissant. Intel y voit l'avenir de l'ordinateur nomade.

Coup de tonnerre dans le paysage des PC portables. Les constructeurs avaient vu dans les netbooks, ces notebooks miniatures à bas prix, une niche en forte croissance... Hélas ! Celle-ci s'est volatilisée, torpillée par l'explosion du marché des tablettes. Mais au-delà du succès de l'iPad, Apple a aussi gagné des parts de marché avec son MacBook Air, pourtant positionné au-dessus des 1 000 euros. Car, outre ses 17 millimètres d'épaisseur, l'ultraportable Apple présentait à son lancement une puissance comparable à celle d'un desktop, grâce à son processeur Intel Core 2 Duo et à sa mémoire SSD en guise de disque dur. Depuis, Apple a créé un nouveau segment de marché, l'ultrabook, et poursuivi sa montée en puissance avec des processeurs Core i5 et i7. Devant une telle réussite, les constructeurs de PC ont tardé à répliquer. Samsung a proposé sa Serie

Une fois de plus, Apple a créé un nouveau segment de marché

LES ATOUTS DE L'ULTRABOOK

- ⊖ **Un poids allégé :** pesant de 1 à 1,5 kg, l'ultrabook fait mieux que le notebook, qui est souvent au-delà des 2,5 kg.
- ⊖ **Un encombrement restreint :** avec moins de 2 cm d'épaisseur, l'ultrabook ne nécessite pas de sacoche spécifique pour le transport.
- ⊖ **Une puissance intacte :** l'ultrabook bénéficie de processeurs i3, i5 ou i7, et d'une mémoire flash rapide.
- ⊖ **Une endurance élevée :** Intel revendique jusqu'à dix heures d'autonomie pour ses ultrabooks (trente jours en mode veille).
- ⊖ **Un équipement statutaire :** cette machine n'est pas considérée comme low-cost, ce qui valorise son utilisateur.

9, mais tous se sont engagés dans un bras de fer avec Intel afin que ce dernier baisse les tarifs sur les composants Sandy Bridge. Visiblement sans succès. Asustek a présenté son premier ultrabook, le UX21, en mai dernier. HP, Acer Dell et Lenovo vont tous lancer leurs ultrabooks au troisième trimestre 2011. Les commercialiseront-ils à moins de 1 000 dollars ? ▣

LES TROIS MODÈLES QUI SORTENT DU LOT



Apple MacBook Air, le pionnier

L'inventeur de l'ultrabook a fixé les normes du segment : d'un poids de 1,08 kg pour le modèle 11" et 1,35 kg pour le 13", le MacBook Air offre entre 64 et 256 Go de stockage flash. Il dispose de 2 à 4 Go de mémoire, de processeurs Intel Core i5 et i7 (en option). Le composant graphique reste la puce Intel HD Graphics 3000.



Samsung Serie 9, le premier challenger

Peu de constructeurs ont pu donner la réplique au MacBook Air. Avec la Serie 9, Samsung a proposé une machine de 13,3" pesant moins de 1,35 kg. Son processeur, un Intel Core i5, est néanmoins limité à 1,4 GHz, preuve que concevoir une machine au design aussi extrême n'est pas une mince affaire en termes de refroidissement.



Asustek UX21, la nouvelle vague

Dévoilé en juin dernier lors de Computex 2011, l'UX21 veut clairement faire tomber le MacBook Air de son piédestal : cet ultrabook de 17 mm d'épaisseur, doté d'un écran 13" et de l'USB 3.0, est équipé du processeur Intel Core i7. Son autonomie serait de cinq à huit heures. Prix annoncé : moins de 1 000 \$.

PHOTOS DR

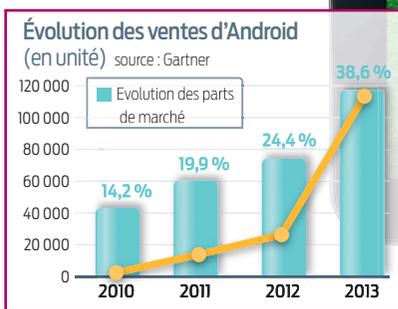
Mobilité LES TABLETTES

TROUVENT LEUR PLACE EN ENTREPRISE

Défriché par Apple, le marché des tablettes aigüise l'appétit de nombreux constructeurs informatiques. Mais la concurrence est très rude.

Conçues pour les loisirs numériques, elles trouvent néanmoins leur place dans les entreprises. Le leader incontesté étant l'iPad.

L'année 2001 a sa star informatique de l'année : la tablette. Une fois qu'Apple a eu ouvert la brèche en 2010, nombre de constructeurs se sont empressés de se positionner. Mais les places sur ce marché prometteur sont chères, et certains s'y sont déjà cassé les dents. C'est le cas de HP, avec sa tablette sous système webOS, sortie seulement un an après l'iPad 1. « Soyons honnêtes, nous étions en retard sur les autres. Car les investissements à faire sont monumentaux, tant au niveau du développement que de l'image », explique Gérard Karsenti, PDG de HP France.



Une bataille de brevets

Parmi les fabricants qui restent en course, la plupart misent sur le système d'exploitation open source Android. C'est le cas de Samsung, d'Acer, de Cisco, d'Asus, de HTC et de Motorola, ce dernier étant en passe d'être racheté par le père d'Android lui-même, Google. Le Canadien RIM, lui, connu pour ses smartphones BlackBerry, a décidé de faire bande à part, en adoptant QNX,

un OS pour systèmes embarqués. La concurrence est très rude, en particulier entre Apple et Samsung qui se battent comme des chiffonniers, à coup de brevets. Le premier a remporté un premier round : en septembre, le Galaxy Tab 10.1 de Samsung a été interdit à la commercialisation en Allemagne. Affaire à suivre...

Le succès fulgurant des tablettes ferait presque oublier une chose : ce type de terminal n'est pas nouveau. Il existait déjà depuis des années sous la forme du Tablet PC Windows. Mais celui-ci n'a jamais vraiment percé. A cause de son prix ? Par manque d'autonomie ? Son ergonomie n'était-elle pas assez adaptée aux loisirs numériques ? Et c'est justement sur ces points que le changement est fondamental : la tablette de nouvelle génération est un terminal confortable à utiliser et qui fait plaisir.

Un engouement plus fort que dans le grand public

Pour autant – et contrairement à ce qu'on aurait pu penser –, la tablette ne se cantonne pas au segment grand public. Selon Deloitte, l'engouement serait même plus fort en milieu professionnel que dans les foyers. Optimiste, le cabinet prévoit que les entreprises représenteront plus du quart des achats. Il faut dire que les déploiements en milieu professionnel se multiplient, surtout en ce qui concerne l'iPad, le leader du marché. Ainsi, Continental United en a déployé 11 000 unités pour ses pilotes, SAP près de 9 000 pour ses



L'AVIS DE L'EXPERT

Olivier Rouault, DSI chez BPI

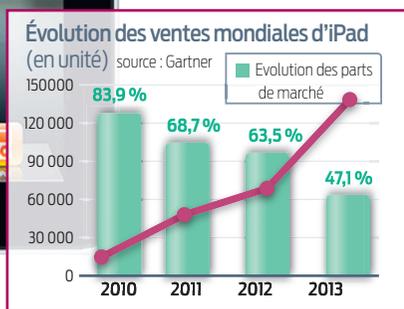
« Nous gérons une flotte de BlackBerry qui fonctionne plutôt bien »

La direction générale a une forte demande de tablettes, utiles pour accéder aux courriels à distance.

Les commerciaux, eux, réclament ces supports pour la présentation des produits. Les plus appropriés pour l'usage professionnel sont, selon nous, l'iPad 2 d'Apple et le Xoom de Motorola, que nous avons actuellement en tests. Mais ce nouvel outil demande un support dédié.

Les équipes sont taillées pour gérer un parc de PC sous Windows uniquement.

Et la direction générale ne veut pas entendre parler de ressources de support supplémentaires. Nous gérons une flotte de BlackBerry, qui fonctionne plutôt bien. Le retard de RIM sur les tablettes est pourtant en train de nous pousser vers le duo iPhone- iPad pour ne pas avoir à gérer un parc hétérogène.



commerciaux, 2 300 ont été fournis aux médecins de l'Ottawa Hospital, etc. « L'iPad est bien adapté pour des usages tels que la consultation de documents ou la contribution simple d'informations : annotations, cases à cocher, petit schéma, etc. Beaucoup de professionnels l'utilisent pour se

L'INTÉRÊT DU SMARTPHONE... EN ATTENDANT LA TABLETTE

- ▲ Fonctions de téléphonie et SMS.
- ▲ Encombrement réduit.
- ▲ Facile à transporter, donc toujours avec soi.
- ▲ Pratique pour les courriels.
- ▼ Ecran moins grand, donc moins lisible.
- ▼ Temps d'autonomie plus court.
- ▼ Pas adapté pour faire des présentations.
- ▼ Manipulation des applications métier mal aisée.

débarrasser des dossiers papier », explique Laurent Chevet, associé fondateur de Consultake. La tablette rentre aussi dans l'entreprise par la petite porte, en tant qu'équipements personnels des collaborateurs. Un phénomène qui prend tellement d'ampleur que les entreprises sont obligées de le canaliser et de le formaliser, sous le concept Bring Your Own Device (en français, utilisez votre propre équipement). La principale difficulté étant, évidemment, l'administration et le support. Selon une étude commanditée par Dimension Data, « de 20 à 22 % des sociétés reconnaissent d'ores et déjà dispenser des services de support sur des ordinateurs portables, tablettes et smartphones appartenant à leurs salariés ». ■

TROIS TABLETTES PROFESSIONNELLES



RIM BlackBerry Playbook

Fonctionnant sous QNX, cette tablette tactile se veut à la fois professionnelle et personnelle. L'accès à la messagerie d'entreprise BlackBerry nécessite une connexion par le smartphone de RIM. Pour l'instant, il n'existe que des modèles Wi-Fi, sans 3G, avec un écran 7".
Prix public : 392 € ht. (source : CDiscount)



Cisco Cius

Avec cette tablette tactile Android, le constructeur vise un usage collaboratif en entreprise, comme les audio ou vidéoconférences. Wi-Fi ou 3G, dotée d'un écran 7", elle peut être placée sur une station d'accueil avec combiné pour se transformer en téléphone IP.
Prix public : 1 098 € ht. (source : Compupfirst)



Fujitsu Stylistic Q550

Cette tablette PC tactile, fonctionnant sous Windows 7, est particulièrement riche en équipements : lecteurs d'empreintes digitales et de smartcards, interfaces USB et HDMI, connectivité Wlan et Bluetooth. GPS en option. Sans oublier le chiffage du disque dur et un écran 10,1" antireflet.
Prix public : 699 € ht. (source : Fujitsu)

Bureau virtuel SIMPLIFIER LA GESTION DE SON PARC INFORMATIQUE

Les premiers déploiements de postes de travail virtuels font leur apparition, en particulier dans les grandes entreprises. En France, les projets sont de taille plus modeste.

L'offre devient de plus en plus complexe et les frontières entre les différentes technologies s'estompent.

Les éditeurs de solutions de bureau virtuel (VDI, Virtual Desktop Infrastructure) ne sont pas avares de promesses. Qui vont de « N'importe quelle application, sur n'importe quel terminal » à « Des applications à la demande pour tous les utilisateurs ». Peut-être ont-ils raison, quand on regarde les projections des analystes ? Selon ABI Research, ce marché devrait passer de 500 millions de dollars en 2009 à près de 5 milliards en 2016. La majorité des déploiements concerneraient l'Europe et l'Amérique du Nord.

Il est vrai que le concept est tentant, surtout pour les entreprises étendues et multisites. Hébergé à distance dans un datacenter, le bureau virtuel demande moins de support et de maintenance en interne. Indépendant du matériel, il peut être affiché n'importe où, d'où un gain en mobilité et flexibilité. Mais cette technologie n'est pas forcément à mettre entre toutes les mains. « *Le VDI nécessite une batterie de serveurs et de baies de stockage. Et pour que ce soit rentable, il est préférable que les environnements soient larges et homogènes* », estime Laurent Chevet, associé fondateur de Consultake, un cabinet de conseil.

Déploiement au compte-gouttes en France

« *Les acheteurs de VDI sont soit des grands comptes qui cherchent à réduire leur coût de maintenance, soit des entreprises qui veulent centraliser toutes leurs données dans des datacenters pour des raisons de sécurité ou de réglementation* », explique dans un communiqué Larry Fisher, analyste chez ABI Research. Ainsi, VMware revendique déjà quelques gros déploiements de plusieurs dizaines de milliers de postes, notamment auprès de banques : 80 000 chez Bank of Tokyo-Mitsubishi, 40 000 chez ING... Mais en France, les déploiements se font encore au compte-gouttes. Un distributeur de produits culturels serait sur le point de virtualiser 7 000 caisses dans ses 80 magasins. Sinon, les projets dépassent rarement les quelques centaines de postes. Il faut dire que le marketing des fournisseurs n'est pas d'une extrême clarté. Les frontières entre

virtualisation d'application, virtualisation de poste de travail, streaming applicatif et SaaS (Software as a Service) sont de plus en plus floues. VMware et Citrix, les deux principaux fournisseurs, utilisent parfois les mêmes termes pour des technologies différentes. Par ailleurs, l'offre évolue sans cesse. Dans un projet VDI, l'étape de test et de maquettage sera donc particulièrement importante (et lourde). D'ailleurs, certains usages ne se marient pas encore très bien avec le bureau virtuel, comme les audio et vidéoconférences, difficiles à synchroniser via le protocole d'affichage. Enfin, les acteurs du VDI sont désormais sous le feu d'un franc-tireur : Google. Ce dernier a lancé, avec l'aide de Samsung et Acer, une gamme d'ordinateurs portables réduits à un simple navigateur. Une approche qui limite l'utilisation aux applications SaaS mais qui, du coup, facilite l'administration du parc. Un pari technologique radical. Seules quelques entreprises se sont laissées entraîner dans des projets pilotes, tels National Geographic, American Airlines ou Intercontinental Hotels. ■

Les atouts : moins de support et de maintenance en interne, plus de flexibilité et de mobilité

TÉMOIGNAGE

« Le client virtuel nous fait économiser 20 000 euros en énergie par an »

EAS Industries, spécialisé dans la maintenance aéronautique, dispose de trois hangars sur le site de Perpignan. Ceux-ci ont longtemps été équipés d'une centaine de postes Windows XP, grâce auxquels les techniciens et les ingénieurs pouvaient accéder à toute la documentation d'un avion, soit des milliers de pages. Au moment de renouveler ce parc vieillissant, notre direction informatique s'est orientée vers une infrastructure VDI, avec des clients légers et un réseau SAN. L'objectif étant de réaliser une sauvegarde en continu de tous les postes afin de faciliter le respect de nouvelles réglementations. Nous avons retenu l'offre de VMware, car c'est elle qui offrait le plus de stabilité pour le parc logiciel existant. De plus, cette infrastructure nous a fait économiser 20 000 euros en énergie par an. Sans compter que nous avons arrêté de jouer



Frédéric Halimi, DSI d'EAS Industries.

aux déménageurs : le service après-vente et la maintenance ont pu être réduits au minimum. Seule difficulté du projet : le financement. Au niveau de la facture, le VDI augmente considérablement le poids des logiciels. Et contrairement au matériel, une licence logicielle n'est pas cessible. Notre directeur financier a eu du mal à trouver une offre de financement.

Dynamisez...

vos compétences et élargissez vos connaissances grâce à nos formations d'exception !



Virtualisation

Réf.	Formations - Paris	Dates 2011/2012
170	Technologies de virtualisation : Introduction complète	25-28 octobre 15-18 novembre
171	Déployer VMware vSphere	7-10 novembre 29 nov-2 déc
968	Virtualisation avec Hyper-V	16-13 décembre 27-30 mars

Développement pour Mobiles

Réf.	Formations - Paris	Dates 2011/2012
2761	Introduction à la programmation d'applications iPhone et iPad	19-22 décembre 27-30 mars
2771	Développement d'applications mobiles pour terminaux sous Android™	29 nov-2 déc 20-23 mars

Cloud Computing

Réf.	Formations - Paris	Dates 2011/2012
1200	Introduction au Cloud Computing	23-25 novembre 11-13 janvier
1220	Sécurité du Cloud	30 nov-2 déc 18-20 janvier
1205	Cloud Computing avec les services Web Amazon	6-9 décembre 13-16 mars
2602	Introduction à la plate-forme Windows Azure	25-28 octobre 6-9 décembre

Profitez de notre **OFFRE LECTEUR** et bénéficiez de **25 % de réduction*** en vous inscrivant aux formations Cloud Computing, Virtualisation et Développement pour Mobiles ci-dessus. Code Lecteur : LTCV01

L'expérience de l'enseignement pratique depuis 37 ans :

- ▶ Des formateurs experts dans leur domaine avec en moyenne plus de 20 ans d'expérience
- ▶ 35 salles équipées avec des technologies de pointes
- ▶ Un environnement pédagogique unique et innovant — vidéo-projection brevetée MagnaLearn® — optimisant le processus d'apprentissage des participants
- ▶ Des connaissances concrètes applicables immédiatement en entreprise, grâce à de nombreux travaux pratiques et mises en situation réelles (RealityPlus™)



*Cette offre est uniquement valable pour toute nouvelle inscription et pour les dates mentionnées sur cette page. Cette remise s'applique seulement sur notre prix public et ne peut en aucun cas s'ajouter à nos autres offres commerciales.

Contactez-nous au **01 49 68 53 00**, par email à info@learningtree.fr
ou rendez-vous sur www.learningtree.fr

Ordinateur personnel

LES CONSTRUCTEURS DE PC REPRENENT LE CHEMIN DE L'INNOVATION

Le desktop va-t-il disparaître de nos bureaux ? Rien n'est moins sûr, mais bousculé par les tablettes, le PC va évoluer.

Le tactile, la 3D et la réalité augmentée bousculent les usages traditionnels des ordinateurs portables. Les laboratoires fourmillent à nouveau d'innovations.

On annonce la mort du PC, et pourtant beaucoup de fabricants et de chercheurs travaillent à le réinventer. Le succès des tablettes multitouch et, plus particulièrement, de l'iPad, a déstabilisé le marché des ordinateurs personnels portables et a eu un impact sur les projets des fabricants de PC de bureau. Mis sous pression par Apple – tant par ses terminaux d'un nouveau type que par le système Mac OS X –, les constructeurs ont cessé de se battre uniquement sur la puissance ou le coût des machines, finalement très standards. En

revanche, ils redoublent d'innovation pour trouver les moyens d'interagir avec l'utilisateur. Ainsi, doter le PC d'une interface tactile efficace est devenu une priorité pour tous, Microsoft en tête. L'écran tactile a donc fait son apparition dans les catalogues d'Asus, avec l'Eetop ; de HP, avec sa gamme Touchsmart ; de MSI, avec son Netone M19 ; et enfin d'Intel, avec le Classmate PC. Les débuts commerciaux de ces modèles n'ont pas été fulgurants. Gartner considère que ces écrans envahiront le marché du PC relativement lentement (pas avant 2015). Leur arrivée en entreprise prendra plus de temps puisqu'à cette date, seules 10 % des machines en seront équipées.

Les interfaces seront gestuelles

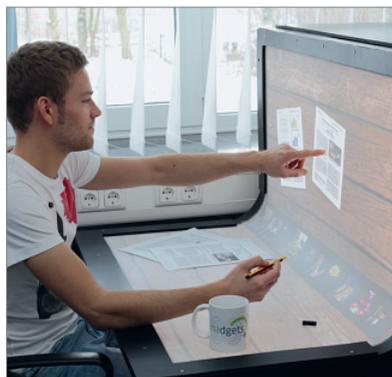
C'est que si la technique est spectaculaire, son utilisation sur les ordinateurs de bureau présente des inconvénients, car dans ce cas, « *il n'est pas du tout sûr que ces interfaces s'imposent, notam-*

DANS LES LABOS



Windows obligé de se réinventer

Microsoft a renoué avec le succès avec Windows 7, mais la prochaine évolution de son système d'exploitation devra marier les interfaces des desktops et celles des tablettes. Les premières images montrent une forte influence de Windows Phone 7 dans le remaniement de l'interface, avec un recours généralisé au multitouch. Mais Microsoft osera-t-il toucher à son système de fenêtrage et de menus déroulants traditionnels ?



Le multitouch se généralise

L'essor des tablettes a montré l'appétence des utilisateurs pour les interfaces gestuelles et les écrans multitouch. Le pilotage d'un PC avec ces techniques va prendre de l'essor et les écrans tactiles seront de plus en plus présents dans les catalogues des constructeurs, non seulement pour les ordinateurs portables mais aussi pour ceux de bureau (desktops). Reste à voir si les utilisateurs – et les entreprises – les adopteront.



Les interfaces 3D, une fausse bonne idée ?

L'arrivée de la 3D dans les salles de cinéma, dans les salons et même sur certains mobiles va-t-elle gagner les postes de travail ? Quelques ordinateurs portables sont équipés de tels écrans, certains moniteurs de PC aussi, mais les premiers débouchés restent le jeu et les démonstrations. Les premières tentatives de bureau de travail 3D, tel Bumptop, n'ont pas rencontré leur public, mais les grands constructeurs s'y intéressent.

ment à cause des phénomènes d'occlusion visuelle mais aussi de fatigue qu'elles engendrent », estime Emmanuel Pietriga, chargé de recherche à l'Inria (Institut national de recherche en informatique et en automatique).

Pour de nombreux observateurs, les interfaces gestuelles seraient l'avenir des interfaces homme/machine, et pas seulement sur écran tactile. La technologie de Microsoft, Kinect, se démocratise sur PC et, en la combinant à des systèmes de projection, il devient possible de créer des PC sans écran ni périphérique d'entrée. L'utilisateur interagit alors dans l'espace et sur un clavier virtuel projeté sur son bureau.

La 3D, un futur outil au bureau ?

En parallèle, les constructeurs suivent une autre piste, celle de l'affichage 3D. Les premières machines équipées d'écrans de ce type, ainsi que de multiples moniteurs 3D, sont déjà disponibles sur le marché. C'est même le cas de portables tels que le G74SX d'Asus et le Qosmio X775 de Toshiba, récemment lancés. Si la cible marketing initiale – les joueurs – reste privilégiée, ces écrans ouvrent la voie à de nouvelles interfaces utilisateurs. En ce qui concerne leur intérêt ergonomique, les experts sont partagés mais, là encore, c'est peut-



L'AVIS DU CHERCHEUR

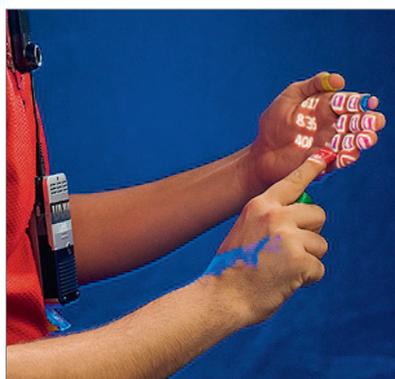
Emmanuel Pietriga, chargé de recherche à l'Inria

« Le multitouch offre des potentialités de développement intéressantes »

L'intérêt du multitouch varie selon les applications. Vouloir systématiquement remplacer le duo souris-clavier par des écrans multitouch serait une erreur. Car pour l'instant, on n'a rien trouvé de plus efficace que le clavier pour saisir du texte. De même, la souris permet de pointer un objet à l'écran en évitant le problème d'occultation par le doigt sur l'écran tactile.

Les interfaces gestuelles présentent encore un très grand potentiel de développement. Trop souvent limitées à des actions directes, elles permettent pourtant d'associer des gestes plus abstraits pour lancer des commandes. Avec le multitouch, plusieurs paramètres sont manipulables simultanément, ce qui est particulièrement utile sur l'analyse visuelle de gros volumes de données.

être Apple qui pourrait bien populariser l'approche. En effet, la marque à la pomme détient de longue date un brevet de bureau 3D. Depuis Mac OS X 10.7 Lion, le système d'exploitation Apple intègre un framework 3D, Scene Kit. Reste à Apple à franchir le pas et à passer l'interface homme/machine de Mac OS en 3D. ■



Réalité augmentée et interfaces gestuelles

Nintendo, avec sa Wii, puis Microsoft, avec le périphérique Kinect destiné à la Xbox 360, ont prouvé avec éclat qu'il était possible, dans l'univers du jeu, d'interagir avec un ordinateur autrement qu'avec un clavier et une souris. Le périphérique de Microsoft, disponible désormais sur PC, ouvre la voie à de multiples applications, notamment dans le domaine des serious games. La réalité augmentée trouvera-t-elle des applications sur un poste fixe ?



Le PC virtuel... le retour

Et si l'ordinateur personnel en tant que tel disparaissait complètement ? En utilisant des dispositifs de projection, il est tout à fait possible de manipuler des documents et des fenêtres directement sur le plan de travail. Les cas d'usage avaient déjà été démontrés par Xerox avec son Digital Desk... en 1991 ! Depuis, la puissance des machines a augmenté, de même que la qualité des périphériques. Le concept refait donc surface.



Le boîtier standard en voie de disparition

L'apparition d'écrans flexibles et la miniaturisation des composants, tout comme celle des moyens de stockage, ont donné des ailes aux designers de PC. Des projets de machines combinant ces innovations fleurissent de toute part. Mais pour que leur adoption ne soit pas repoussée à un futur lointain, il faudra tenir compte des habitudes et, surtout, des impératifs de coût.

NOUVEAU

01 Business & Technologies
maintenant disponible sur **iPad**



Connectez-vous sur
<http://digital.01net.com>



Un nouveau mode de lecture



Emploi et handicap. Dans le cadre d'un partenariat avec l'association Agefiph, le constructeur Cisco s'engage à augmenter de 1 point par an son taux d'emploi de personnes handicapées.

« Motiver les salariés passe par des choses simples, comme leur envoyer un e-mail de remerciement pour reconnaître l'effort fourni. »

Dorothée Burkel, DRH de Google France

MANAGEMENT

Préparer et animer efficacement une conférence téléphonique

Outil indispensable des managers en charge de projets internationaux ou d'équipes délocalisées, la « conf' call » s'avère un exercice difficile à maîtriser, même pour les férus de nouvelles technologies.

1. Envoyer un ordre du jour détaillé

La préparation de la conférence est la clé du succès. « Cela prend souvent plus de temps qu'une réunion classique, confirme Anna Triska, directrice stratégie, marketing et communication de Steria, mais envoyer un ordre du jour détaillé permet aux participants d'élaborer de meilleures présentations. » Tout aussi utile : la notice d'utilisation. « Il y a toujours une personne qui n'arrive pas à se connecter. Et un retard de quelques minutes sur une réunion de trente, c'est gênant », souligne Laurent Frasnay, porte-parole d'Infotel. Ne pas hésiter, donc, à joindre dans l'e-mail la fiche pratique « spécial débutants ».

2. Dénouer les tensions en amont

Le manager doit déminer le terrain afin que la conférence ne se transforme pas en bureau des plaintes. Les problèmes seront remontés en amont et les cas personnels traités en parallèle. « Si cela concerne toute l'équipe, mieux vaut faire un rapide point individuel par courriel ou par téléphone avec chacun des membres avant la réunion. La conf' call n'est pas l'outil idéal pour discuter ou débattre », précise Didier Lichtensteger, DRH d'Ausy.



Pour réussir une conférence téléphonique, les managers doivent s'imposer une discipline stricte.

« Quelques codes à respecter : se présenter avant de parler et nommer la personne interrogée »

3. Privilégier les réunions courtes

Pour être efficaces, ces conférences seront rapides et anglées. « Trente minutes maximum si l'on veut conserver l'attention des participants, assure Laurent Frasnay. Il faut donc limiter le nombre de sujets à l'ordre du jour. »

4. Rester courtois

La conférence téléphonique a ses codes. « Il faut se présenter avant de parler, nommer la personne interrogée ou le

document évoqué, et s'exprimer distinctement », explique Laurent Frasnay. Le dialogue perd en naturel mais gagne en clarté. Ne pas, non plus, oublier quelques règles de politesse essentielles. Les longs monologues sont proscrits, comme les discussions qui ne concernent qu'une minorité de participants. « La courtoisie, c'est aussi se mettre dans de bonnes dispositions physiques : portable coupé, porte fermée... et pas de pieds sur le bureau ou de regard vissé sur sa boîte mail. Le manque de concentration ne se voit peut-être pas, mais il s'entend », avertit Didier Lichtensteger.

5. Faire participer l'ensemble du groupe

C'est à l'animateur d'établir ses règles et de les faire respecter. A lui, aussi, de veiller à ce que tout le monde participe. « Peu de gens aiment intervenir en réunion, surtout si cela implique d'interrompre une discussion, analyse Anna Triska. Il est pourtant essentiel que tous puissent faire part de leur opinion. » Le risque est, en effet, que les mécontents se murent dans le silence. « Au téléphone, il est difficile de remarquer qu'une personne est contrariée, car nous sommes privés d'une partie du message, celle que véhicule la gestuelle », souligne Didier Lichtensteger. Pour éviter de laisser s'envenimer un conflit larvé, il est recommandé de toujours faire un dernier tour de table sous forme de questions-réponses. Objectif : vérifier que tous les participants valident la décision prise. Ou, qu'à défaut, ils ont pu exposer leurs avis. ■ ANNE CAGAN

Ces geeks qui ont changé nos vies



PORTRAITS

Steve Jobs (Apple), Jeff Bezos (Amazon), Mark Zuckerberg (Facebook), Tim Berners-Lee

(World Wide Web Consortium)... Autant de noms qui résonnent à nos oreilles comme des destins hors norme. L'ouvrage *25 génies des affaires qui ont changé le monde*, publié aux éditions Dunod, dresse le portrait de 25 hommes et femmes qui ont marqué le monde des affaires et bouleversé notre quotidien.

Marseille a rendez-vous avec l'emploi IT



SALON Le mercredi 12 octobre prochain se tiendra la sixième édition du salon TIC'Emploi au Pôle Média de la Belle-de-Mai, à Marseille. Une trentaine de recruteurs sont attendus, dont une majorité de SSII. Une centaine d'offres d'emploi sont déjà en ligne sur le site internet qui lui est consacré : www.ticemploi.fr.

État des lieux des cultures du numérique



REVUE

Le n° 88 de la revue *Communications* de l'École des hautes études en sciences sociales (EHESS)

est consacré aux cultures du numérique. Dirigé par Antonio A. Casilli, ce numéro explore des sujets aussi différents que l'e-santé et les jeux vidéo. La plupart des textes débutent sur un rappel historique, avant de proposer une synthèse des connaissances actuelles dans chaque domaine.

RESSOURCES HUMAINES La date butoir des négociations avec les partenaires sociaux est fixée au 31 octobre

« Prime de 1 000 euros » : qui est concerné ?

Au printemps dernier, Nicolas Sarkozy annonçait le versement d'une prime de 1 000 euros à tout salarié dont l'entreprise augmente ses dividendes. Promulguée le 29 juillet, la loi définit les contours du dispositif. Le versement de cette prime est obligatoire pour les entreprises de 50 salariés et plus. Elles se verront exonérées de charges sociales – excepté la CSG et la CRDS – sur les primes versées à hauteur de 1 200 euros au maximum. Non visées par la loi, les sociétés de moins de 50 salariés qui se soumettraient volontairement au dispositif ne bénéficieront pour autant d'aucune exonération.

Seules les grandes SSII, cabinets de conseil et éditeurs ou leurs filiales sont donc véritablement concernés s'ils remplissent la seconde condition. A savoir, avoir versé des dividendes (en action ou part sociale) en hausse par rapport à la moyenne des deux exercices précédents. Lorsqu'une société appartient à un grand groupe, le critère de versement s'apprécie au niveau du groupe et non de la filiale.

Selon la loi du 28 juillet 2011, le montant de la prime ne saurait être purement symbolique

« Toutefois, l'assemblée générale peut décider d'investir les bénéfices dans l'entreprise au lieu de verser les dividendes. Dans ce cas, la prime au salarié n'a pas lieu d'être », souligne Olivier Cadic, consultant en droit du travail et directeur juridique d'Au Service du CE. Si les dividendes sont versés aux actionnaires, l'entreprise a l'obligation de négocier avant le 31 octobre prochain le montant de la prime avec les organisations syndicales ou avec le comité d'entreprise.

La loi précise que cela ne relève pas d'une obligation de résultat mais d'une obligation de moyens. En cas de désaccord, un procès-verbal doit être établi indiquant les deux montants



Olivier Cadic, consultant en droit du travail.

préconisés : celui de l'employeur et celui des représentants du personnel. La décision finale appartient toutefois au premier. A son intention, la loi indique que « le montant de la prime ne saurait être purement symbolique » et spécifie que les exonérations de charges se feront sur des primes inférieures à 1 200 euros, la fraction supérieure ne bénéficiant d'aucun allègement.

A ce jour, les analystes estiment que le nombre de salariés ayant potentiellement droit à cette prime est de 1,5 million sur les 15 millions présents en France. Quant au montant moyen, il ne devrait être que de l'ordre de 700 euros. A noter, enfin, que cette disposition n'est applicable qu'« à titre expérimental » jusqu'au 31 décembre 2012. ■

JULIETTE FAUCHET

POUR ALLER PLUS LOIN

« La prime de partage des profits entre en vigueur, les règles du jeu sont précisées par l'administration », article du cabinet Bignon Lebray : <http://goo.gl/6XKpW>.

La loi sur la prime de partage des profits : <http://goo.gl/P2Dc0>.

BUSINESS STYLE LA SÉLECTION HIGH-TECH DE LA RÉDACTION

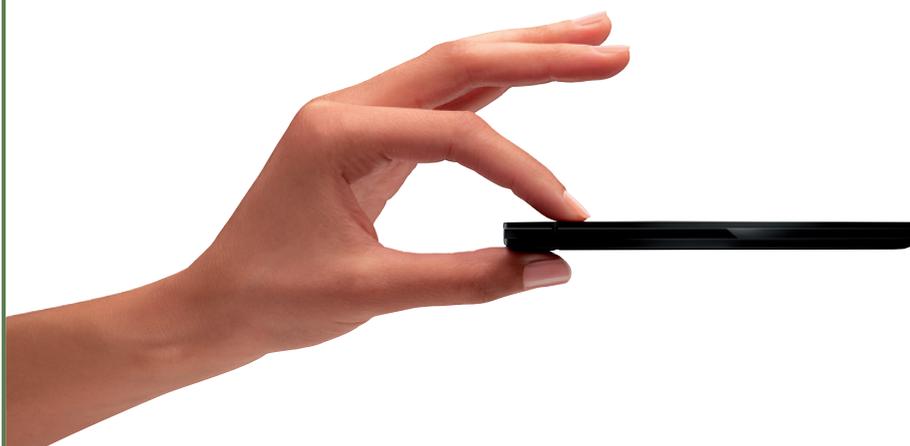
Caméra d'oreille
Oreillette Bluetooth ?
Non, caméra sans fil pour filmer sans les mains. La Looxcie fonctionne de pair avec un smartphone ou une tablette qui sert alors de viseur. Pratique pour les espions en herbe.

Écran articulé

Samsung innove avec son appareil photo MV800. Doté d'un capteur 16 mégapixels, ce modèle réalisera facilement des contre-plongées ou des « auto-photos » grâce à son écran tactile de 3 pouces pivotant à 180 degrés.

**Cinéma égoïste**

Ce drôle de casque simule un téléviseur de 150 pouces avec deux mini-écrans haute définition placés devant chaque œil. Du coup, le HMZ-T1 de Sony est le premier casque de ce type compatible 3D.

**Disque minimaliste**

Des disques durs externes portables, il en existe beaucoup. Mais le Goflex Slim joue les top-modèles avec son profil de 9 mm d'épaisseur. Disponible chez Seagate jusqu'à 320 Go.

European Lean IT Summit

Les 13 et 14 octobre à Paris
Cercle national des armées



Deux journées consacrées à l'un des « buzz words » de ces deux dernières années, le Lean. Comment cette méthode d'amélioration continue, issue du monde industriel, s'applique-t-elle à l'informatique ? La Bred Banque Populaire, Faurecia, Bouygues Telecom, Nokia Siemens Network, etc., témoigneront.

www.lean-it-summit.fr

Architecture des systèmes d'information : acquérir une vision d'ensemble des métiers des SI

Le 14 octobre, à Paris,
Eurosites République

L'objectif de cet événement est d'aider à tirer le meilleur profit des systèmes d'information (SI). Au programme : le pilotage des SI ; le processus projet ; l'architecture, clé de la performance et de l'évolutivité de l'entreprise.

www.centraleparis-si.com

IP Convergence

Du 18 au 20 octobre,
à Paris, Porte de Versailles

Cet événement, se tenant parallèlement aux salons Cloud and IT Expo et Mobile IT Expo, est consacré aux services et équipements de communication IP et aux outils informatiques. Il réunira les acteurs de la mobilité autour des solutions de géolocalisation, de gestion de flottes, d'applications mobiles, de terminaux et de périphériques mobiles (casque, tablette...).

www.ipconvergence.fr

Cloud & IT Expo

Du 18 au 20 octobre
à Paris, Porte de Versailles

L'offre d'une centaine d'exposants, des conférences et des ateliers, les Trophées de la convergence et le Prix de l'innovation cloud de l'année rythmeront ce salon du cloud computing, de la virtualisation et des infrastructures sécurisées.

www.cloud-and-it-expo.fr



Conférence annuelle AE-SCM

Le 19 octobre, à Paris
Auditorium du groupe La Poste



L'avenir des DSI passe-t-il par les centres de services partagés (CSP) ? Tel est le fil rouge de cette journée, qui présentera de nombreux retours d'expériences clients (Pôle emploi, Crédit agricole, Groupement des mousquetaires...), mais aussi le point de vue des fournisseurs (Orange, SQLI).

www.ae-scm.fr

Agile Tour Toulouse 2011

Le 19 octobre à Toulouse,
Espace de congrès et d'exposition

L'objectif de cette manifestation est de communiquer sur les pratiques de développement logiciel au cours des mois d'octobre et de novembre. Il s'agira d'apprécier la compréhension, les interprétations et les évolutions que l'on peut donner aux pratiques agiles, et de fédérer les acteurs mondiaux de cette méthode, pour inciter de nouvelles initiatives locales et développer une véritable culture de l'agile.

www.agiletoulouse.org



01 Les rencontres internationales du numérique

Les 20 et 21 octobre, à Paris,
Locaux d'Ubifrance, dans le XIV^e



Placées sous le thème du développement international, les Rencontres internationales du numérique donneront l'opportunité aux entreprises françaises du secteur high-tech de saisir les tendances TIC mondiales, de bénéficier de retours d'expériences et de rencontrer les spécialistes marché d'Ubifrance. Pour cette quatrième édition, l'événement accueillera un Forum rencontres internationales de l'e-commerce, ainsi qu'une remise de trophées leaders de

l'IE-club à trois PME innovantes
bénéficiant d'un potentiel international.
<http://rin.ubifrance.fr>

Drupagora

Jeudi 10 novembre, à Paris
Maison des Associations, XIII^e



Cette première édition de l'événement européen consacré au logiciel Drupal s'adresse aux chefs de projet ainsi qu'aux directeurs des systèmes d'information. Plus de 20 conférences et ateliers seront consacrés à cet outil, mais aussi aux technologies web.
www.drupagora.com

Partner VIP

Le 22 novembre
à Paris-la-Défense,
Centre d'affaires Cœur Défense

Cet événement est dédié aux acteurs de la distribution : aux distributeurs à valeur ajoutée, aux hébergeurs, aux intégrateurs, aux éditeurs de logiciels ainsi qu'aux agences web. Il aura pour thème principal l'impact des offres cloud, du Saas (Software as a Service), des services web, de la dématérialisation et de la sécurité managée sur le marché de la distribution et des revendeurs. Objectifs : anticiper et accompagner le changement de business model de ces acteurs, créer de nouvelles relations adaptées au concept de distribution de produits de service, et enfin apporter plus de sens, plus de contenus et plus de valeur au marché.
www.partner-vip.com

PHP Tour Lille 2011

Les 24 et 25 novembre,
Euratechnologies de Lille

Cet événement consacré à la plateforme PHP se veut un lieu de rencontre entre développeurs, et propose des conférences techniques de haut niveau, ainsi que des retours d'expérience d'entreprises qui utilisent PHP dans des contextes stratégiques.
afup.org/pages/phptourlille2011/inscription.php



12, rue d'Oradour-sur-Glane
75015 Paris
Directeur de la publication : Alain Weill

POUR CONTACTER LA RÉDACTION

E-mail : redaction@groupe01.fr
Web : www.01net-entreprises.fr
Tél : 01 71 18 54 48
Fax : 01 71 18 52 50
Pour joindre directement au téléphone votre correspondant ci-dessous, faites précéder ses quatre chiffres de 01 71 18

RÉDACTION

Vous pouvez joindre l'ensemble des membres de la rédaction par e-mail de la façon suivante : «première lettre du prénom.nom@groupe01.fr».

Directeur des rédactions Pôle Pro-Groupe 01 et rédacteur en chef : Frédéric Simottel (5505).

Rédacteurs en chef adjoints : Pierre Berlemont (5366), Pierre Landry (5449), Anicet Mbida (5468).

Grands reporters : Vincent Berdot (5364), Frédéric Bergé (5365), Xavier Biseul (5369), Didier Géneau (5507), Yann Serra (5502).

Chefs de service : Sandrine Chicaud (5391), Alain Clapaud (5393), Gilbert Kallenborn (5447).

Chefs d'enquête : Olivier Discazeaux (5421), Juliette Fauchet (5426), Boris Mathieux (5467), Pierre Tran (5509).

Rédacteurs : Stéphane Bellec (5363), Eddy Dibar (5420), Marie Jung (5446), Christine Peressini (5481), Armelle Siccato (5503).

Assistante de rédaction : Fatima Lacombe (5448).

Rubriques : Pierre Berlemont (Tendances) ; Frédéric Simottel (Opinions) ; Pierre Landry (Expériences) ; Yann Serra (Dossier) ; Sandrine Chicaud (Vous Management) ; Xavier Biseul (Vous RH) ; Anicet Mbida (Web/01netpro).

Domaines

Infrastructures logicielles, décisionnel, SGBD : Vincent Berdot, Alain Clapaud, Boris Mathieux.

Prociels, relation client, supply chain : Alain Clapaud, Juliette Fauchet, Boris Mathieux.

Collaboratif, gestion de contenus, dématérialisation : Vincent Berdot, Alain Clapaud, Marie Jung.

Développement : Alain Clapaud, Pierre Tran.

Infrastructures matérielles, cloud, réseaux, télécoms, mobilité, stockage, virtualisation : Frédéric Bergé, Alain Clapaud, Eddy Dibar, Gilbert Kallenborn, Yann Serra.

Sécurité : Stéphane Bellec, Gilbert Kallenborn.

Emploi, RH, recrutement, formations, juridique, relations sociales : Xavier Biseul, Sandrine Chicaud, Juliette Fauchet, Christine Peressini, Armelle Siccato.

SSI, VAR, distributeurs : Xavier Biseul, Olivier Discazeaux, Armelle Siccato.

Economie numérique, start up, R&D, investissements : Pierre Berlemont, Xavier Biseul, Gilbert Kallenborn.

Banques-assurances : Vincent Berdot, Xavier Biseul, Boris Mathieux.

E-commerce, e-marketing : Alain Clapaud, Boris Mathieux.

Grande distribution, retail, transports-logistique : Boris Mathieux.

Industries : Alain Clapaud.

Santé : Vincent Berdot, Christine Peressini.

Secteur public : Vincent Berdot, Xavier Biseul, Marie Jung, Christine Peressini.

Directions des achats : Vincent Berdot, Armelle Siccato.

RÉALISATION

Rédactrice en chef technique adjointe : Christelle Denis.

Secrétaires de rédaction : Héléne Brusetti, Christine Simha (iconographie).

Première rédactrice-graphiste : Isabelle Fouin.

Rédactrice-graphiste : Adriana Delettieres.

Infographie : Marc Robert.

DOCUMENTATION ET AGENDA

E-mail : documentation@groupe01.fr.

ÉVÉNEMENTS 01 (www.evenements01.com)

Directeur des événements et des conférences : Alexandre Nobécourt (01 71 19 13 95)

Responsable éditorial : Olivier Coredo (01 71 18 53 95)

Directeur de projet : Tristan Ougier (01 71 18 53 29)

Chargé de partenariats : Sébastien Cochelin (01 71 19 89 32)

Chef de produit IT for Business Forum : Bénédicte Le Foll (01 71 18 53 18)

Responsable de la relation audience : Patricia Sciarino (01 71 18 55 01)

Directeur du développement commercial : Didier Verbeke (01 71 19 13 96).

COMMERCIAL - MARKETING

Publicité Tél. : 01 71 18 53 08 - **Fax** : 01 71 18 53 01

Pierre-Henry Medan, directeur général ;
Valérie Fénéon (53 09), directrice commerciale - Pôle Print ;
Sylvia Besse (53 08), assistante de direction ;
Fatma Boullila (53 10), assistante commerciale.

Pôle Annonceurs

Katia Nony (53 31), directrice de publicité ;
Stéphany Barret (53 03), directrice de clientèle ;
Valérie Souhlo (53 37), directrice de clientèle ;

Olivier Denis (5306), chef de publicité.

La direction se réserve le droit de refuser toute insertion sans avoir à justifier sa décision.

Pôle Agences Média

Laurent Laventure (53 24), directeur de publicité international ;
Farida Mèrabet (53 27), directrice de clientèle ;
François Rincel (53 33), chef de publicité.

La direction se réserve le droit de refuser toute insertion sans avoir à justifier sa décision.

Publicité internationale

Jérôme Callu Mérite (53 14), directeur commercial international ;
Caroline Gilles (53 21), directrice de clientèle ;
Stefane Bartlett (3200), responsable marketing international.

Marketing-Etudes-Promotion

Tél. : 01 71 18 53 00 - Fax : 01 71 18 53 01
Guillaume Vasse, directeur marketing & Revenue Management (53 40), Patricia Mosnier (53 28), chef de groupe marketing.

Régies internationales :

BENELUX : Huson International Media, Rodric Leerling, tél. + 31 (0) 229 841 882 - GSM : + 31 (0) 683 23 2625
Fax : + 31 (0) 84 748 8240 (rodric.leerling@husonmedia.com).

ALLEMAGNE : DS Media, Dominique Schall, tél. (49) 7844 47 001 - Fax : (49) 7844 47 003 (d.schall@dsmedia.info).

GRANDE-BRETAGNE : GCA, Greg Corbett, tél. : (44) 207 730 6033 - Fax : (44) 207 730 6628 (gca@gca-international.co.uk).

ISRAEL : Talbar Media, Asa Talbar, tél. (972) 77 562 1900 - Fax : (972) 77 562 1903 (talbar@talbar.co.il).

ITALIE : Medias International, Jean-Pierre Briel, tél. (39) 31 751 494 - Fax : (39) 31 751 482 (medias@pcbrianza.net).

JAPON : Shinano Co., Kazuhiko Tanaka, tél. (81) 3 3589 4667 - Fax (81) 3 3505 5628 (scp@bunkoh.com).

ETATS-UNIS : Huson International Media, Ralph Lockwood, tél. (1) 408 879 6666
Fax : (1) 408 879 6669 (Ralph@husonusa.com).

ANNONCES CLASSÉES

Régie : EmploiPro,

Tél. : 01 77 92 92 92 - Fax : 01 77 92 98 64.

Sébastien Olszanski, directeur emploi (93 93) ;
Stéphane Beaudoin, directeur commercial agences grands comptes (93 78) ;
Marie Caland, responsable pôle direct (93 77) ;
Laurent Beslier, directeur de clientèle formation (94 21).

FABRICATION

Chef de fabrication : Serge de Kilkhen (5515).

Chefs de fabrication Junior : Cécile Bertolino (5307),

Appolinaire Houssou-Montvert (5322).

Photogravure : Philippe Tissier (5508).

DIFFUSION

Laurence Vassor, responsable diffusion ;

Cécile Guerin, chef de produit ;

Géraldine Mongay, chef de marque.

Abonnements :

web : www.abo-01informatique.com

Mail : abonnement.01business@groupe-gli.com.

Tél. : 01 70 37 31 75 (du lundi au vendredi,

de 8 h 30 à 19 h).

Fax : 01 70 37 31 76 ;

Abonnement France, 1 an, 44 numéros (magazine seul) :

144 € (dont TVA à 2,10 %)

Abonnement France, 1 an, 44 numéros

(papier + version numérique) + 6 newsletters

hebdomadaires + 2 newsletters mensuelles : 228 € ttc

(dont TVA 2,1 %)

Abonnement France Etudiants, 1 an, 44 numéros

(papier + version numérique) + 6 newsletters

hebdomadaires + 2 newsletters mensuelles : 114 € ttc

(dont TVA 2,1 %) sur justificatif d'une carte d'étudiant

en cours de validité.

Abonnements Suisse : abonne@edigroup.ch

Abonnements Belgique : abobelgique@edigroup.org

Abonnements étranger : www.abo-01informatique.com

Service des ventes réservé aux dépositaires et

marchands de journaux.

01 Informatique est édité par



Président : Alain Weill.

Directeur général : Vincent Buffin

Directeur délégué Print : Julien Hirtz

GRUPE 01 - SAS au capital de 199 272 euros.

Siège social : 12, rue d'Oradour-sur-Glane,

75015 Paris. Tél. : 01 71 18 54 00.

Immatriculation RCS : RCS PARIS, n° B 311 243 794 -

Code APE 5814Z - Siret 311 243794 00139 -

TVA intracommunautaire FR 82 311 243794

Principal actionnaire : NextRadio TV

Toute reproduction, représentation, traduction ou adaptation, qu'elle soit intégrale ou partielle, quel qu'en soit le procédé, le support ou le média, est strictement interdite sans autorisation du Groupe 01, sauf les cas prévus par l'article L.122-5 du code de la propriété intellectuelle.

©2007 GROUPE 01 - Tous droits réservés.

Commission paritaire : n°0714K85185 - ISSN 0298-2285.

Dépôt légal : à parution.

Imprimé en France par Maury, 45330 Malesherbes.





FLASH-BACK

Il y a onze ans, émergeaient les suites bureautiques gratuites

En 2000, 01 en parle : les suites bureautiques gratuites s'avèrent des alternatives crédibles à Microsoft Office. Plus légères, elles proposent une interface et des services globalement équivalents.

En 1999, Sun Microsystems rachète Stardivision, créateur de la suite bureautique StarOffice. Gratuite et multi-plateforme (Windows, Linux, Solaris), cette solution comprend un logiciel de traitement de texte, un tableur, un programme de dessin, et un logiciel de présentation. Difficile, toutefois, de s'imposer sur un marché accaparé à plus de 85 % par Microsoft Office. Pour concurrencer l'éditeur de Redmond, Sun met le code source de StarOffice sous licence libre GPL : c'est la naissance du projet OpenOffice.org qui, s'il est sponsorisé par Sun, repose néanmoins sur une communauté de développeurs indépendants.

En 2002, la première version stable est lancée. Parallèlement, StarOffice, désormais développé sur la base d'OpenOffice, devient payant. Sun justifie ce revirement par le fait que les utilisateurs



Lancé initialement par Sun, OpenOffice a été lâché par Oracle.

réclament un support technique efficace. Peu à peu, OpenOffice s'impose comme la deuxième suite bureautique mondiale, tandis que la stratégie de StarOffice ne s'avère pas payante. Une dernière version est mise sur le marché en 2008.

L'année suivante, Sun Microsystems est racheté par l'ogre Oracle. Des tensions se créent entre ce dernier et la communauté OpenOffice.org. Le projet est alors scindé en deux. Oracle cède les droits d'OpenOffice.org à la Fondation Apache, tandis que la branche communautaire fonde le groupe The Docu-

ment Fondation, dont la suite open source et gratuite LibreOffice voit le jour en 2011.

Un succès cantonné à l'Europe

L'argument de la gratuité aura permis à ces suites d'entrer dans de grands groupes privés, dans des organismes publics, et, par le biais de l'éducation nationale, dans le cartable des étudiants. Toutefois, ce succès reste relatif. Il se cantonne aux pays européens, avec un taux de pénétration maximal de 22 % en Pologne en 2010. Ni OpenOffice.org, ni les suites bureautiques en ligne ne parviennent encore à détrôner Microsoft Office. ■ THOMAS CIRET

DATES CLÉS

- 1999 :** Sun acquiert Stardivision.
- 2000 :** création d'OpenOffice.org.
- 2002 :** StarOffice devient payant.
- 2009 :** Sun Microsystems est racheté par Oracle.
- 2011 :** première version stable de LibreOffice.

LA SEMAINE DE BOBINEAU par Yann Serra





LE CONSEIL GÉNÉRAL DES BOUCHES-DU-RHÔNE

1 906 000 habitants - 2 milliards d'€ de budget dont 466 millions d'€ d'investissement, recrute

→ Au sein du Secteur Administration et Cadre de Vie, Direction Générale des Services, Direction des Systèmes d'Information et de Télécommunication, Service Etudes et Développements

Chef de service (h/f) Ingénieur territorial, catégorie A

Sous l'autorité du Directeur des Systèmes d'Information et Télécommunication, vous êtes étroitement associé à la stratégie applicative du Département. Architecte technique et fonctionnel, vous participez à la conception et à la mise en œuvre de l'évolution fonctionnelle du Système d'Information du Département. Vous animez, dirigez, coordonnez et gérez une trentaine d'agents (dont 60% de cadres A). Vous garantissez la mise en œuvre des nouvelles applications pour répondre au développement des activités de l'institution. Force de proposition des grandes évolutions du SI dans le cadre de la stratégie déterminée par le DSI, vous participez à la définition d'une politique de « faire ou faire faire » ainsi qu'à sa mise en œuvre. Vous êtes le garant des prestations informatiques produites en qualité pour le coût optimum. Vous pourrez être chargé de conduire ou de participer à des projets sur d'autres domaines d'activité de la DSIT.

Fort d'une expérience d'au moins 5 ans dans une fonction analogue et diplômé d'une école d'ingénieur, vous avez développé une solide compétence en gestion de marchés au sein d'une importante collectivité.

De larges connaissances techniques et technologiques fondent la pertinence de votre expertise en matière de projets applicatifs, notamment :

- Méthodologie d'ingénierie de projet • Méthodes et outils de planification, (outils PMO) • Management d'équipes projets multi disciplinaires
- Architecture et fonctionnalité des SI • Techniques d'intégration et d'évolution fonctionnelle des SI • Techniques de communication et négociation
- Méthodes d'accompagnement du changement • Techniques pédagogiques.

Vous avez démontré vos capacités d'animation, d'intégrateur et de visionnaire. Vous alliez capacités rédactionnelles, esprit d'analyse et de synthèse, forte rigueur, méthode, organisation, pragmatisme, autonomie, écoute et forte disponibilité.

Vous possédez des qualités relationnelles élevées qui devront se manifester dans la rapidité et la facilité de votre adaptation auprès des agents de la DSIT et de votre compréhension de l'environnement et du fonctionnement du Conseil Général des Bouches du Rhône. La connaissance du code des Marchés Publics serait un plus.

Contact : Vanina FERRACCI.

→ **Merci de nous adresser votre candidature.** Lettre de motivation, CV détaillé, photo et pour les mutations et détachements, le dernier arrêté d'avancement, attestation de réussite au concours) avant le 06/11/2011 au : Conseil général des Bouches-du-Rhône, Service gestion des compétences, Hôtel du Département, 52 av de St-Just, 13256 Marseille Cedex 20.

"écrivons la suite ensemble"



Territoire aux mille et une richesses entre Durance, Rhône, Méditerranée et Sainte Baume, entre Marseille, Arles, Aix-en-Provence et la Camargue, le département des Bouches-du-Rhône est l'un des tous premiers de France pour sa qualité de vie et son dynamisme économique, touristique et culturel.

Crédit photos : A. Van Der Stegen, C. Rombi, J.F. Herbecq

Sofari-rh.fr

Visitez le site du Conseil général et retrouvez nos postes : www.cg13.fr



TOP

INGÉNIEURS

13 octobre 2011

Paris la Défense
Espace Grande Arche

9h30 - 19h30

**Entrée
gratuite**

Le salon du recrutement
des métiers :

**Ingénieurs,
Scientifiques,
Informaticiens**



En partenariat :



EMBALLAGES



LE FIGARO économie

Job in live

viadeo

Plus de détails : www.saloningenieurs.com

Tout savoir sur le cloud computing



Face à l'importance prise par l'informatique dans les nuages (ou cloud computing), la rédaction de 01 dédie un site spécial à ces technologies, aux acteurs de ce marché, et aux premiers témoignages de mise en œuvre dans les entreprises. Créé il y a un an, ce site va bientôt bénéficier d'une nouvelle version, qui mettra encore plus en avant les bénéfices qu'apporte le cloud computing au business des entreprises.

Politique et numérique

PS et UMP sont au coude à coude en matière d'initiatives numériques. En vue des présidentielles, les deux principaux partis avancent leurs propositions. Les entreprises innovantes et les PME sont au cœur des attentions.

01BUSINESS



15 octobre : les green cities



Tous les samedis de 23 heures à minuit et les dimanches de 21 heures à 22 heures, retrouvez Frédéric Simottel, rédacteur en chef de 01 Business & Technologies, dans l'émission « 01 Business, les nouvelles technologies au service de l'entreprise » (en podcast sur bfmradio.fr).

CULTURE GEEK



Chaque jour, le rendez-vous high-tech de la TNT



Retrouvez Anicet Mbida, journaliste à 01 Informatique, pour une vision décalée de l'actualité high-tech, tous les soirs à 21 h 15 et à partir de minuit.

PHOTOS: N. STOLTENBERG

01 PROCHAINEMENT...

TENDANCES

Le 20 octobre dans le n° 2102



TRANSFORMATION

Les DSI sous la pression des terminaux personnels

De plus en plus de salariés veulent utiliser leurs propres appareils à titre professionnel. Une tendance que les DSI accueillent différemment. Certains y adhèrent et la formalisent : c'est le Bring Your Own Device. D'autres, au contraire, la rejettent. Panorama.

EXPÉRIENCES

Le 20 octobre dans le n° 2102

POSTE DE TRAVAIL

Les suites bureautiques en ligne en panne de clients

Tentées par les fonctions collaboratives des Google Apps et autres Microsoft Office 365, les entreprises sont freinées par des contraintes techniques, par une tarification parfois complexe, et, surtout, par l'impact organisationnel du changement d'outil de travail.

EXPÉRIENCES

Le 20 octobre dans le n° 2102

INTERVIEW

« L'unique raison d'être du Cigref : répondre aux attentes de ses membres »



B. LEVY

Délégué général du Club des grandes entreprises françaises depuis 2001, Jean-François Pépin (photo) a insufflé un nouveau souffle à l'association. Il a notamment créé une structure de recherche, la Fondation du Cigref.

DOSSIER

Le 20 octobre dans le n° 2102

USAGES

TIC et élections politiques

Le tournant pris par la société vers le numérique a des conséquences sur notre rapport à la démocratie. Ces technologies s'invitent lors des campagnes électorales, des votes et de la divulgation des résultats.

DOSSIER

Le 27 octobre dans le n° 2103



KLEINFERN

BUREAUX

Le télétravail refaçonne l'organisation des entreprises

Durée de transport domicile-entreprise allongée, problématiques environnementales, flambée de l'immobilier, nomadisme... Autant de facteurs qui incitent les entreprises à déployer des lieux de travail en dehors de leurs propres murs.



VOUS ÊTES-VOUS DÉJÀ DÉFENDU AVEC UN PARAPLUIE ?



Avira AntiVir, un des meilleurs antivirus
sélectionné par 01net parmi les
55 000 logiciels à télécharger.

telecharger.com



N°1 du téléchargement

www.01net.com

Boostez* votre PC



NOUVEAU
Série 830
Gamme de Disques SSD SATA 6Gbp/s

Plus rapide. Plus fiable. Plus design. Ça change tout.

Boostez les performances de votre PC avec les SSD acier-brossé Série 830 de Samsung. Avec ce nouveau standard, votre ordinateur démarre et télécharge plus vite, est beaucoup plus fiable et jusqu'à 8 fois plus puissant. C'est toujours votre PC, mais ça n'a plus rien à voir !

www.samsung.com

*Décuplez

© 2011 - Samsung Electronics France, SAS au capital de 27 000 000 € - RCS Bobigny B 334 367 497
270 Ave du Président Wilson-93458 La Plaine Saint Denis Cedex. © Crédit photo : Samsung-Visuels non contractuels

SAMSUNG