

01

01net-entreprises.fr

N° 2104 - 3 novembre 2011

BUSINESS & TECHNOLOGIES



**CAHIER
SPÉCIAL
PME**

À LIRE EN PAGES
CENTRALES

Le Lean
Management au
service des DSI P.25

Le Software as
a Service expliqué
à votre DG P.14

Les réseaux sociaux
peinent à séduire
le marketing P.8



50

Xavier Niel,
ILIAD-FREE,
est la première
fortune française
du numérique.
Comme
les autres
entrepreneurs
du secteur,
il bouscule les
codes du milieu
traditionnel des
affaires.

DOSSIER P. 38

FORTUNES IT

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

M 02995 - 2104 - F: 5,00 €



Windows®. La vie sans limites. Samsung recommande Windows 7.

Simplifiez
votre PC



Windows 7

move

1300 GRAMMES POUR TRAVAILLER PARTOUT



NOUVEAU PC PORTABLE
SAMSUNG SERIE 9

Avec seulement 16 mm d'épaisseur et 1.3 kg son châssis en duralumin, deux fois plus résistant que l'aluminium, votre cœur ne balancera plus entre finesse et solidité. Ultra fin, ultra portable, ultra doué. C'est le compagnon idéal des professionnels en mobilité.

www.samsung.com

Move = Bouger.

© 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-Images d'écran simulées. **cheil**worldwide

SAMSUNG

LA RÉDACTION A...

salué Virginia Rometty. Cette business woman de 54 ans devient la première femme à la tête d'IBM. En effet, elle a été désignée comme PDG de la société, poste qu'elle occupera à compter du 1^{er} janvier 2012. Son prédécesseur, Sam Palmisano, restera Chairman. Virginia Rometty connaît bien la maison. Jusqu'à présent, elle était responsable des ventes mondiales. Auparavant, elle était en charge de la division IBM Global Business Services et a piloté l'intégration de PWC Consulting. Elle est entrée chez IBM en 1981 en tant qu'ingénieur système.



REÇU un cadeau funèbre. A savoir, un compte test pour I-Tomb, un service Saas pour creuser sa tombe virtuelle. Il permet de mettre en ligne des photos, des vidéos et du texte qui alimenteront les souvenirs de sa famille ou de ses amis. Un concept qui fait froid dans le dos.

PISTÉ les investigations du FBI. Révélée il y a un an, l'attaque informatique contre le Nasdaq aurait permis d'intercepter des documents confidentiels de membres de son conseil d'administration. Une raison de plus d'éviter la Bourse en ce moment...



versé une larme pour John Chambers. L'indétrônable PDG de Cisco subit, lui aussi, la crise. Pour l'année fiscale 2011, il n'a obtenu « que » 12,9 M\$ de rémunération, principalement en actions. En 2010, c'était 18,9 M\$, mais entre-temps, il a dû supprimer 12 000 postes, fermer l'activité de caméras vidéo Flip, et restructurer l'entreprise. Les temps sont durs.

noté que le cloud computing n'était plus si important. Il est passé de la première à la dixième place dans le traditionnel Top 10 des tendances 2012 édité par Gartner. Les sujets chauds sont désormais les tablettes multimédias, les applications mobiles et l'informatique basée sur les données sociales ou contextuelles. Le cloud, déjà has been ?

LES MOTS CLÉS DE LA SEMAINE

Applications Saas E-commerce
Sécurité Poste de travail Politique
Téléphonie Ressources humaines
Gouvernance Big data Management
Marketing Réseaux sociaux

Ressources humaines : p. 12, 33, 36, 50
Gouvernance : p. 19, 21, 25
Poste de travail : p. 17, 18, 35
Applications : p. 22, 30
Management : p. 25, 49
Marketing : p. 8, 32
Messagerie : p. 18, 29
Big data : p. 16
E-commerce : p. 11
Politique : p. 10
Réseaux sociaux : p. 8
Saas : p. 14
Sécurité : p. 7
Téléphonie : p. 31



Frédéric Simottel
Rédacteur en chef

La nouvelle richesse

Le numérique est une source de richesse. Richesse dans l'innovation technologique, dans la transformation de nos modèles économiques, de notre société et de nos usages, dans la valorisation des idées et de l'entrepreneuriat. Richesse qui devient aussi, à un moment, celle d'un homme. Nous nous sommes intéressés à 50 d'entre eux. Ce palmarès aurait pu être plus étoffé, mais beaucoup de businessmen n'apparaissent pas, ou plus, dans ce radar. Certains ont préféré agir dans la discrétion et rester muets sur leurs chiffres, d'autres sont simplement partis vivre leur rêve une fois leurs gains réalisés. Ce classement dépeint l'histoire de l'informatique et d'internet en France, avec des fortunes faites dans les sociétés de services au cours des années 80, dans les télécoms pendant les années 90, dans l'internet et le web dans les années 2000, et aujourd'hui dans l'e-commerce, les jeux ou le mobile, et bientôt dans les réseaux sociaux. Les profils de ces entrepreneurs sont aussi atypiques : chercheurs, avocats, ingénieurs, autodidactes, hommes

« Le palmarès des 50 fortunes IT dépeint l'histoire de l'informatique et d'internet en France »

du commerce ou du marketing. Des fortunes créées de plus en plus vite qui profitent du... numérique ; leurs innovations se propagent au niveau mondial à la vitesse des réseaux, faisant rapidement grimper leur cote virtuelle. Revers de la médaille, une mode passe, un autre virage technologique est pris et la chute peut être tout aussi impressionnante. A regarder en détail les classements établis depuis plusieurs années par le magazine *Challenges*, plusieurs de ces businessmen sont descendus aussi vite qu'ils sont montés. Ces fortunes du numérique qui bousculent tous les codes marquent enfin le triomphe d'un individu et ne sont pas le fruit d'une richesse familiale héréditaire. Plus que jamais, le numérique s'affirme comme le moteur – puissant – de la nouvelle économie. ■

TENDANCES

- 7. **FONCTION** Les dirigeants identifient mieux le rôle de leurs responsables sécurité
- 8. **WEB 2.0** Les réseaux sociaux peinent à séduire les directions marketing
- 10. **POLITIQUE** Les députés vont être sensibilisés aux enjeux du numérique
- 11. **E-COMMERCE** Acheter et payer une voiture en ligne
- 12. **RÉMUNÉRATION** La « prime de 1 000 euros » divisée par dix
- 14. **DÉCRYPTAGE** Le SaaS expliqué à votre DG
- 16. **APPLICATIONS** Le big data par la pratique
- 17. **GREEN TECH** PC : 60 % d'économies en les éteignant
- 18. **MOBILITÉ** RIM ne fait plus l'unanimité chez les DSI
- 19. **ÉTUDE** Un système d'information renseigné évite les ruptures d'approvisionnement
- 20. **START UP** Des algorithmes de traitement d'images pour détecter les piétons
- 21. **TROPHÉES DSI** Bâtir une DSI à la mesure des moyens
- 22. **RELATION CLIENT** La complexité du multicanal va persister



EXPÉRIENCES

- 25. **MÉTHODE ET QUALITÉ** Le Lean Management débarque dans les services informatiques
- 29. **MESSAGERIE** Le centre hospitalier de Lavaur filtre ses messages dans le cloud
- 30. **FINANCE** Le recouvrement de créances passe au pilotage automatique
- 31. **COMMUNICATIONS** Accélérer le démarrage de chantiers grâce à la téléphonie sur IP
- 32. **INTERVIEW** Serge Roukine, entrepreneur web
- 33. **RENCONTRE** Un ingénieur passionné par les ressources humaines
- 34. **JURIDIQUE** L'accès à l'intranet pour tous les syndicats ?

RETROUVEZ UN CAHIER SPÉCIAL PME EN PAGES CENTRALES DE CE NUMÉRO

OPINIONS

- 35. **MOBILITÉ** Amazon vs Apple, la future guerre des tablettes
- 36. **HUMEURS** Nos politiques débranchés Ingénieuses ingénieuses
- 37. **ON EN PARLE DANS LES BLOGS**

DOSSIER

38. LES 50 FORTUNES IT

01 a établi le premier classement des entrepreneurs du numérique les plus riches



Xavier Niel, Iliad-Free.

VOUS

- 49. **MANAGEMENT** Aider son service à s'approprier une nouvelle application
- 50. **RESSOURCES HUMAINES** Un jeu pour apprendre à ne pas discriminer
- 51. **STYLES**
- 54. **AGENDA**
- 56. **FLASH-BACK** Il y a dix ans, arrivaient les premiers matériels dotés de prise USB 2.0
- 58. **PROCHAINEMENT DANS 01**

Ce numéro comporte un cahier spécial PME-PMI broché en central sur une diffusion totale et un courrier de réabonnement sur une diffusion partielle d'abonnés.

Abonnez-vous en ligne sur www.kiosque01.com

Boostez* votre PC



512 Go



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

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.

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/

TENDANCES



La location de logiciels, ou Software as a Service (SaaS) prend de l'ampleur dans les entreprises. Expliquez-le à votre DG. P.14

577 députés vont être sensibilisés aux enjeux du numérique le 2 décembre. P.10

Sur les réseaux sociaux, il s'agit d'identifier les leaders d'opinion auprès desquelles les marques pourront communiquer. P.8

FONCTION A la fois technique et opérationnel, le métier de RSSI voit son profil évoluer

Les dirigeants identifient mieux le rôle de leurs responsables sécurité

« Jusque-là plutôt "Doctor No", les responsables sécurité sont passés au "Yes, we can" », schématise Pierre-Luc Réfalo. Ce directeur associé chez Hapsis est à l'origine de l'étude « Vision des dirigeants sur la fonction sécurité des systèmes d'information », réalisée par le Cercle européen de la sécurité auprès d'une vingtaine d'entreprises, tous secteurs confondus. Il en ressort que le responsable de la sécurité du système d'information (RSSI) ne serait plus considéré comme un collaborateur uniquement technique, mais comme un élément important sur l'opérationnel. Un facilitateur business, même. Rien de neuf pour qui s'intéresse à la profession, mais une agréable surprise quand on sait à quel point la sécurité est négligée par nombre d'acteurs du marché. « Nous avons parfois l'impression que notre mission est méconnue des hautes sphères de l'entreprise, et même qu'il existe une tendance à en avoir une vision négative. Un a priori qui se révèle infondé », se réjouit Jean-François Louâpre, responsable sécurité d'AG2R

La grande variété des profils de RSSI témoigne de la jeunesse de cette profession

La Mondiale. Cette bascule s'expliquerait, notamment, par la forte médiatisation, depuis deux ans, d'incidents liés à la sécurité informatique. Présentée aux Assises de la sécurité à Monaco le mois dernier, cette étude se voulait détachée de toutes considéra-



L'étude présentée lors des Assises de la sécurité 2011 montre que le rôle des RSSI est mieux compris.

tions communautaristes. D'où le prisme direction générale choisi pour se faire une idée concrète du profil recherché. Si la fonction de responsable de sécurité du système d'information évolue, difficile de prévoir comment : « Une grande variété de RSSI émerge et aucun ne se ressemble. Ce qui est assez symptomatique de la jeunesse de cette profession. Concrètement, j'ai beaucoup plus de facilités à identifier les différentes typologies adressant le métier de DSI », illustre Caroline Apffel, consultante du cabinet Heidrick & Struggles. Le RSSI est attendu par les dirigeants sur quatre points principaux : la communication, la gestion du dialo-

gue, celle du risque, et l'architecture sécurité. Dès lors, rien d'étonnant à ce que les dirigeants parlent de fonction clé ou de collaborateur générateur « d'inconfort utile ».

L'ancienneté comme gage de confiance

Il transparait également que la fonction a besoin de professionnels très expérimentés. L'expérience serait une garantie de la capacité à s'adapter aux métiers et aux enjeux de l'entreprise. Bernard Foray, RSSI du groupe Casino, ajoute « qu'un senior de l'entreprise est parfois préféré à un spécialiste externe, étant donné le besoin de connaissance du périmètre et de l'activité de la société pour mener à bien la mission ». D'ailleurs, selon les cabinets de recrutement, les RSSI sont souvent issus de la mobilité interne.

Autre surprise de cette étude : pour les directeurs généraux ayant répondu à l'enquête, cette fonction demande une certaine indépendance. « Un responsable sécurité doit pouvoir apporter une vision claire sur les risques, pour l'entreprise, liés à son système d'information », précise Pascal Basset, responsable conformité et sécurité du système d'information du PMU. Les RSSI présents lors de la présentation à Monaco ont toutefois été surpris que les dirigeants n'aient jamais évoqué les questions de moyens, ni celles des équipes. « Ils ne parlent pas non plus d'objectifs livrables et de critères de succès, tels que les certifications ou les indicateurs. » ■

STÉPHANE BELLEC



WEB 2.0

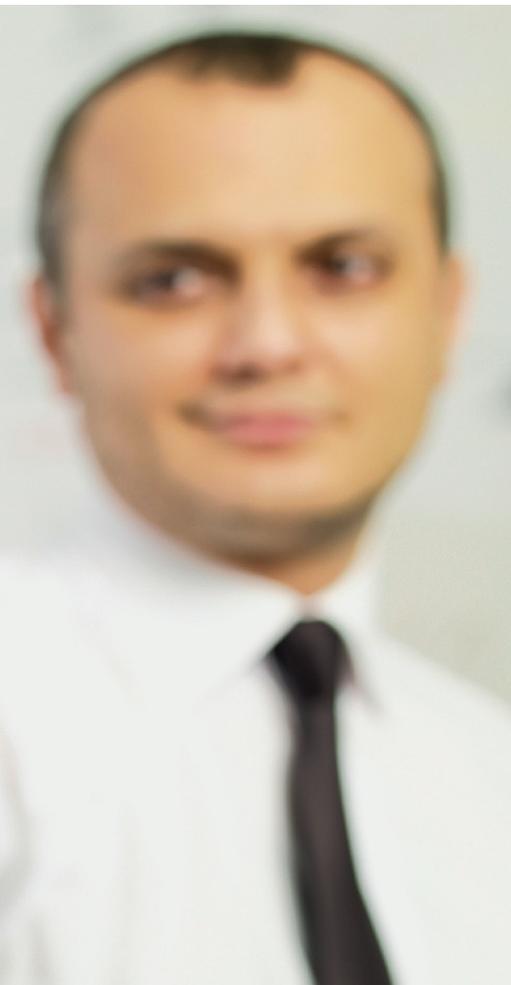
Les réseaux sociaux peinent à séduire les directions marketing

L'interaction avec les consommateurs sur les plates-formes sociales ou la valorisation de celles-ci ne constituent toujours pas la priorité des responsables marketing, selon deux études mondiales.

Coup sur coup, deux études arrivent aux mêmes conclusions.

IBM et l'Observatoire français des médias sociaux IDC (associé à SAS) présentent en effet chacun leur travail sur les mutations des pratiques des responsables marketing dans le monde en général, et en France en particulier. Et ils pointent tous les deux le manque d'ancrage des entreprises sur les réseaux sociaux. IDC-SAS révèle ainsi qu'un tiers seulement des participants se sont appuyés sur ces réseaux pour mieux connaître leurs clients.

Ces responsables ont du mal à faire face à des environnements de plus en plus compliqués. Cette complexité, ils la reconnaissent d'ailleurs à une écrasante majorité, la jugeant sans précédent. D'après l'étude d'IBM, en France, 60 % des interrogés estiment être en mesure de relever le défi. Seulement, contrairement à ce qu'ils affirment, ils semblent qu'ils n'en aient pas les moyens... Leur optimisme se heurte à un manque de préparation sur des thèmes tels que l'explosion des données, la gestion de canaux élargis et les médias sociaux. Les projets technologiques menés par



ISTOCK

les directions marketing portent avant tout sur la fidélisation des consommateurs. Moins prioritaires sont le développement des réseaux sociaux et la volonté d'en faire un canal d'échange essentiel. Ces deux axes n'intéressent qu'un responsable marketing sur deux dans le monde, et un sur trois en France, toujours selon IBM.

Les projets d'e-réputation privilégiés par les entreprises

Dans leur marche vers l'appropriation des plates-formes sociales, les organisations n'en sont qu'à la première étape : la surveillance. Certes, elles ne sont aujourd'hui que 15 % à automatiser la veille, selon l'Observatoire IDC. Mais près de deux tiers entendent privilégier les projets d'e-réputation de leur marque ou de leurs produits, d'après l'étude d'IBM. La valorisation de ces espaces, au sens marchand, et le développement des règles d'interactions sociales ne concernent qu'un petit quart d'entre elles. Résultat, bien peu misent sur les réseaux sociaux pour influencer les consommateurs, échan-

ger avec eux, voire les pousser à la transaction. Dans ce contexte, le vœu pieux du marketing de cibler l'individu (et non plus seulement une catégorie) ne risque pas de se réaliser de sitôt.

D'autant que, pour cela, il est indispensable de couvrir la vie de l'acheteur en amont et en aval de la transaction. Or là encore, l'étude d'IBM montre un déséquilibre : les informations capturées, qui se rapportent surtout à la phase de transaction, sont celles liées à la segmentation (catégorie socioprofessionnelle, âge...). Les données comportementales, les goûts et la sensibilité du client ne sont exploités que par un tiers des répondants. Enfin, les travaux

Le vœu pieux du marketing de cibler l'individu ne risque pas de se réaliser de sitôt

d'IBM pointent un décalage sur les sources d'informations influençant la stratégie marketing. Pour une majorité des interrogés, elles restent traditionnelles : étude de marché, analyse de la concurrence, indicateurs financiers, etc. Seule une minorité s'inspire d'éléments provenant de l'évaluation des consommateurs, des forums ou des blogs.

Si les responsables marketing se tiennent encore à l'écart des réseaux sociaux, est-ce si surprenant ? En effet, il faudrait leur prouver que l'exploration de ces nouveaux espaces va véritablement leur permettre de mieux cibler les personnes et, surtout, de tirer profit de ce ciblage. Or cela n'est pas évident. L'Observatoire d'IDC indique ainsi que deux responsables sur cinq considèrent que les réseaux sociaux n'amélioreront pas leur connaissance du client.

Pour ceux qui y croient, ce n'est pas l'accès à des données personnelles qualifiées ou à des déclarations de préférence qui semble être le premier moteur. Mais bien la possibilité d'identifier des leaders de communautés, susceptibles de jouer un rôle de prescripteur. « *L'étude des médias sociaux révèle les communautés les plus importantes, ainsi que les liens entre leurs membres. Il s'agit d'identifier les leaders d'opinion auprès desquels on pourra communiquer, en espérant bénéficier d'effets de levier important* », indique Karim Bahloul, directeur des études et de la recherche d'IDC France. ■

VINCENT BERDOT

L'AVIS DE L'UTILISATEUR



Xavier Duchemin,
directeur marketing
de Citroën

Pour les responsables marketing, les réseaux sociaux constituent déjà une vitrine supplémentaire.

Ils permettent ainsi à des centaines de milliers de personnes de passer une heure devant nos produits six mois avant leur lancement. Ils représentent ensuite un moyen d'interagir avec les clients. Là où, auparavant, il nous fallait commander une multitude de sondages internationaux et attendre leur dépouillement, nous glanons ici des indications précieuses sur les goûts ou les configurations attendus par les prospects.

Les plates-formes sociales offrent des outils pour juger l'efficacité des directeurs marketing.

Et ce par le biais de nouveaux indicateurs, tels que le nombre de configurations de véhicules effectuées, de visiteurs ayant réalisé une action, de commentaires de fans, de « like ». Plus généralement, il convient de mesurer la contribution des actions marketing sur les ventes ou les précommandes. Ces nouveaux indicateurs sont à faire valoir auprès d'une direction générale lors de la présentation d'un budget marketing.

À SAVOIR

Le périmètre des deux études

- ❶ « **Médias sociaux et connaissance client** », publié par l'Observatoire des médias sociaux en France IDC-SAS, a été réalisé auprès des directions marketing de 124 entreprises de grande taille.
- ❷ « **IBM Global CMO Study 2011** » s'est appuyé sur les réponses de 1 734 responsables marketing (111 en France) dans 64 pays et 19 secteurs d'activité.

↑ En hausse

Le stockage

Selon IDC, le marché mondial du stockage va croître sensiblement dans les années à venir, tiré par le cloud computing. Les dépenses de fournisseurs de cloud public tel Amazon devraient connaître une croissance annuelle moyenne de 24 % jusqu'en 2015, tandis qu'elle atteindra 29 % dans le secteur des clouds privés pour entreprise. Au total, en 2015, les dépenses s'élèveront à plus de 22 Md\$.

↓ En baisse

Le bénévolat

Dans l'informatique, un candidat ayant exercé une activité bénévole a moins de chance d'obtenir un entretien d'embauche que celui qui ne s'est pas investi dans une action caritative. C'est l'étonnante conclusion de six chercheurs du CNRS et de Travail, emploi et politiques publiques (TEPP). Les employeurs redoutent qu'ensuite le salarié soit moins disponible.

Le Munci et CICF s'unissent

L'association et le syndicat professionnel signent un partenariat avec pour objectif de faire entendre la voix des quelque 50 000 TPE du numérique. Créé en 2003, le Munci mettra au service du CICF – souffrant d'un manque de visibilité – sa notoriété. De son côté, le CICF informatique (150 adhérents) offre au Munci la représentativité qui lui manquait.

Oracle acquiert Rightnow

Oracle étend sa nouvelle stratégie cloud computing avec l'acquisition d'un spécialiste de la relation client, Rightnow, pour 1,5 Md\$. Cet éditeur propose toute une série d'outils permettant à un fournisseur de services cloud, Oracle en l'occurrence, de gérer ses échanges avec les abonnés de ses services.

BAROMÈTRE

EN BREF

POLITIQUE Le think tank Renaissance numérique entre dans la campagne présidentielle

Les députés vont être sensibilisés aux enjeux du numérique

Chaque député sera contacté par un référent numérique.



PHOTO ASSEMBLÉE NATIONALE

A quelques mois de la présidentielle, la classe politique française reste, dans son immense majorité, ignorante des problématiques IT.

Un constat qui a poussé le think tank Renaissance numérique à lancer une initiative originale : aller à la rencontre de chaque député français pour l'éclairer sur les mutations et les bénéfices engendrés par la révolution numérique.

Intitulée The Social Nextwork, cette opération de sensibilisation se déroulera le 2 décembre prochain. Dans les 577 circonscriptions de l'Hexagone et de l'outre-mer, un acteur référent du numérique prendra rendez-vous avec son député pour s'entretenir avec lui des enjeux sociétaux, juridiques mais aussi économiques d'internet et des technologies de l'information. « A l'exception d'une dizaine de parlementaires très au fait de ces enjeux et qui nous soutiennent, le discours politique français actuel sur le numérique, tous partis confondus, se résume, quand il existe, à une position standardisée sur Hadopi, à quelques généralités sur les start up, et parfois à une condamnation du rôle prédominant de Google, avec des accents d'antiaméricanisme, déplore Godefroy Jordan, directeur général des activités internet chez Spir Communication, l'un des promoteurs de cette journée de sensibilisation. Notre objectif est de faire prendre

conscience à nos élus de l'importance du numérique en matière d'emploi, de compétitivité ainsi que de transformation de la société, et que cette révolution concerne directement leurs territoires, par exemple en termes de formation ou d'e-administration. »

Étendre l'opération au Sénat

Renaissance numérique, qui se dit indépendant et apolitique, avait déjà recruté, fin octobre, plus de la moitié de ses 577 référents numériques. « Ce recrutement de porte-voix se fait sur une base volontaire. Nous vérifions toutefois leur motivation citoyenne et leur capacité à représenter le secteur du numérique », explique Godefroy Jordan. Parmi eux, beaucoup de chefs d'entreprise, des universitaires, des blogueurs, des consultants et même des DSI qui recevront, avant le 2 décembre, une boîte à outils intégrant un procédé de prise de rendez-vous et un document détaillant les points clés à aborder.

Renaissance numérique ne s'arrêtera pas là. Le think tank veut étendre ce type d'initiatives auprès d'autres décideurs politiques (senateurs, collectivités locales...) et, surtout, intervenir tout au long de la campagne présidentielle et législative de 2012 pour imposer le numérique sur le devant de la scène politique. ■ DIDIER GÉNEAU

E-COMMERCE Les industriels de l'automobile s'intéressent de plus en plus à la vente sur le net

Acheter et payer une voiture en ligne

Faut-il vendre des voitures sur le web ? La question taraude les constructeurs automobiles depuis plusieurs années, et bien peu d'entre eux ont osé se lancer.

Difficile de se priver d'un canal de vente dont le taux de croissance dépasse les 20 % depuis sept ans. Pourtant, préserver les réseaux de concessionnaires est un impératif pour eux. Un dilemme cornélien, qui a paralysé l'ensemble du marché depuis plusieurs années. Néanmoins, les expérimentations se multiplient. On se souvient de Peugeot qui, en 2008, a placé une centaine d'exemplaires de sa 1007 sur Vente-privee.com. Depuis, PSA a créé Peugeot Webstore, un catalogue de véhicules disponibles en concession, afin de drainer les prospects dans les garages physiques. Cela dit, le site est aussi mis en œuvre pour réaliser des ventes flash de modèles en surstock : ce fut le cas de la 607 ou du 4x4 4007. De multiples sites web sont apparus

dans le domaine de la vente de véhicules d'occasion. Lacentrale, Auto-selection, 321auto ou Autoscout24 trident les premières places sur Google et concurrencent directement les concessionnaires habitués à revendre les voitures reprises lors des ventes.

En France, ces derniers conservent l'exclusivité des constructeurs sur les véhicules neufs, mais les mandataires trouvent sur le web un excellent moyen de commercialiser les automobiles neuves réimportées des pays voisins, à des tarifs séduisants pour les internautes, de 7 à 35 % inférieurs à ceux des catalogues des constructeurs. Elite-auto, basé uniquement à Paris, a généré un chiffre d'affaires de 25 millions d'euros. Son concurrent, l'Auvergnat Auto-IES, a déjà mis en place 15 centres de livraison sur le territoire français, et réalisé, en 2010, un chiffre d'affaires de 76 millions d'euros en vendant 7 000 voitures. Récemment, il lançait

une opération avec Groupon, proposant une Daihatsu Sirion à 7 799 euros, au lieu de 13 250 euros (soit 41 % d'économies). Depuis sa création, ce groupe a commercialisé 90 000 véhicules et cherche désormais à se développer au niveau européen.

Le prix, la plus forte motivation

Le prix est une motivation forte pour l'acheteur en ligne : l'étude Cars Online 11/12 de Capgemini Consulting a montré que la volonté de faire une bonne affaire motive essentiellement l'internaute (43 % des répondants), devant la rapidité de la transaction (23 %), le fait d'échapper à une négociation avec un vendeur un peu trop encombrant (11 %), ou encore la possibilité d'acheter un véhicule non disponible localement (11 %). Certains constructeurs ne restent pas les bras croisés : en septembre dernier, Renault a fait sensation en déployant Dacia-store, la première vraie boutique en ligne. L'opération, limitée à quelques semaines et restreinte à l'Italie, ne porte que sur certains modèles de la marque à bas coûts du groupe.

Renault teste un marché encore inédit : selon l'étude, 94 % des acheteurs d'automobiles utilisent le web comme source d'information. Toutefois, la proportion de consommateurs qui achèteraient leur véhicule en ligne grimpe au niveau mondial (42 % sont prêts à franchir le pas), mais baisse en France, chutant de 34 à 30 % en 2011. Les clients les plus ouverts à la vente en ligne se situent dans les pays émergents : 67 % au Brésil, 53 % en Inde et 57 % en Chine. ■ ALAIN CLAPAUD

L'AVIS DU CONSTRUCTEUR

Rafael Treguer, directeur du développement de Dacia

« La marque progresse en Italie, d'où le choix de ce pays pour lancer Dacia-store »

L'idée du site de vente en ligne

remonte à un an environ. La marque Dacia a été choisie car elle est innovante, et son positionnement clair, tant au niveau de la gamme et de la qualité de fabrication que du prix. En Italie, nous sommes en forte progression, les Italiens s'avèrent sensibles à l'e-commerce.

Nous nous donnons quelques mois avant de tirer les premières conclusions de l'opération.

Le lancement a bénéficié d'une importante couverture dans les médias, et donc de beaucoup de visites et de contacts sur le site. Et celui-ci n'est qu'un des éléments d'une dynamique nationale plus globale.

RENAULT NISSAN



Rendez-vous **page 23** et bénéficiez de notre **OFFRE LECTEUR** sur les prochaines formations **Management, Leadership et Communication...**

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



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

EN PARTENARIAT AVEC



Grégory Salinger, 45 ans
(Master de Harvard
Graduate School
en administration des

affaires), est promu directeur de la division Advertising & Online de **Microsoft France**. Il a notamment dirigé, de 2006 à 2010, le planning stratégique et les opérations de MSN au niveau mondial.



Christian Tastet
devient RH Business
Manager de **Primobox**.
Il est en charge du
pôle ressources

humaines sur les offres de conseil et d'optimisation des process dématérialisés. Il était auparavant directeur commercial chez Extalys.



Pierre-Yves Bouchard, 52 ans
(ingénieur diplômé
par l'Etat dans
la spécialité génie

informatique), est nommé directeur de programme d'Orsyp Labs au sein d'**Orsyp France**. Il était précédemment directeur du département IT opérations chez Allianz Global Investors France.



Yann Jaquet,
46 ans, occupe
désormais le poste
de directeur financier
du secteur grandes

entreprises de **Dell France** pour la France, le Royaume-Uni et l'Allemagne. Il assurera l'exécution de la stratégie de transformation de Dell avec le développement des solutions et des domaines.



Thomas Mentienne,
38 ans (Euromed),
prend la direction
financière du secteur

public de **Dell France**, en charge de la France, du Royaume-Uni, des Pays-Bas et de l'Allemagne.

**VOUS AVEZ CHANGÉ DE POSTE,
FAITES-LE SAVOIR SUR
WWW.NOMINATION.FR**

RÉMUNÉRATION Déception du côté des salariés des SSII et des éditeurs

La « prime de 1 000 euros » divisée par dix

Les partenaires sociaux avaient jusqu'au 31 octobre pour négocier la fameuse prime de partage des profits.

Faute d'accord, son montant devait être fixé unilatéralement par l'employeur. Obligatoire pour les entreprises de plus de 50 salariés ayant versé un dividende en progression par rapport à la moyenne des deux années antérieures, cette prime risque de faire des déçus. Selon les dernières négociations dont nous avons pris connaissance au moment du bouclage, son montant moyen serait proche de 100 euros dans le secteur IT. Soit dix fois moins que les 1 000 euros évoqués au mois d'avril par le président de la République.

Avec de telles sommes, l'informatique fait partie des secteurs les moins généreux

Inversement proportionnelle à la rémunération, la prime varie chez Capgemini de 50 à 150 euros. Atos s'acheminait aussi vers ce mode de calcul favorisant les bas salaires. Dans sa dernière déclaration, la direction proposait le versement de la prime sous la forme d'un complément de participation, dont le montant brut oscillait entre 260 euros (salaire inférieur à 15 000 euros) et 7 euros (plus de 55 000 euros). Le projet de Devoteam portait, lui, sur 50 euros cash ou 150 euros d'actions gratuites bloquées sur quatre ans.

Chez STMicroelectronics, les partenaires sociaux se sont quittés sur un constat de désaccord. Les 10 000 salariés français de STMicroelectronics, mais pas ceux de sa filiale ST-Ericsson, percevront 150 euros de prime. Enfin, une société européenne, employant quelque 1 300 personnes en France, a proposé dans un premier temps 165 eu-



Le montant de la prime de partage des profits devient purement symbolique.

ros d'abondement, via une augmentation de capital, avant de négocier une « vraie » prime fixée à 100 euros. Avec de telles sommes, l'informatique fait partie des secteurs les moins généreux. Si aucun seuil minimum ne figure dans la loi, « le montant ne saurait être purement symbolique », préconisait une circulaire du 29 juillet 2011. Dans son étude d'impact, l'Assemblée nationale tablait d'ailleurs sur un montant moyen de 700 euros. Selon le Cercle des DRH, qui a interrogé une quarantaine de DRH, il varierait entre 250 et 700 euros par salarié. Le journal *Libération*, en dressant un état des lieux des sociétés du CAC 40, arrivait, lui, à une moyenne de 300 euros.

HP et Oracle ne répondraient pas aux critères

Et encore, les salariés de groupes français peuvent s'estimer bien lotis. Grâce à un mode d'optimisation fiscale détaillé par la CFDT sur son blog, Oracle France ne verse pas de dividendes à ses actionnaires et ne serait donc pas assujéti à cette obligation. Comme HP France d'ailleurs. Ce que conteste la CFTC, rappelant que HP a augmenté son dividende de 50 %, à 0,12 dollar par action. ■

XAVIER BISEUL

Le DSI créateur de valeur



C. Toumazet et N. Beckers de T-Systems et J. Bouffant de Eramet France.



Un haut lieu parisien pour une soirée remarquable.



D. Geneau, O. Coredo du Groupe 01 et V. Chatard de Medbank.



Des discussions riches et passionnées.

Ce jeudi 6 octobre, le Club 01 DSI réunissait ses membres autour d'une bonne table pour débattre de la cruciale question de la considération et de l'évolution de leur métier. Voici une synthèse de ces échanges...

«*En quelques années, au sein des DSI, nous sommes passés d'un mode assez proche de l'artisanat à des process beaucoup plus industrialisés, un peu comme dans l'industrie automobile* » explique Vincent Chatard, Directeur des opérations au sein de la Mediterranean Bank, et grand témoin de la soirée. L'ex-DSI de B for Bank a ainsi expliqué comment il avait bâti avant l'heure au sein de la Banque un Cloud Privé afin de répondre finement aux besoins des métiers. «*L'alignement métier ne fait plus débat depuis longtemps. Dans la banque, nous sommes par essence très proches, voire même imbriqués, avec les différents départements. Nous sommes alors capables d'identifier précisément leurs besoins, de transformer notre SI pour le rendre plus souple et dynamique, afin de leur délivrer un service totalement adapté*» détaille t-il.

La DSI, longtemps considérée uniquement comme un centre de coûts, évolue alors peu à peu comme une unité reconnue de création de valeur. Même si, comme le souligne Philippe Gibert, Directeur des infrastructures IT Europe chez Aviva, «*la DSI passe une grande partie de son temps à mettre à niveau et à transformer des infrastructures invisibles aux yeux des utilisateurs*». Toute cette énergie nécessaire (si l'informatique ne fonctionne pas, toute l'entreprise s'arrête), ne pousse pas forcément le DSI dans la lumière.

«*Nous passons 80% de notre temps à communiquer sur la prouesse technologique de tel ou tel projet et 20% sur la valeur qu'il apporte au business. Nous devrions faire l'inverse*» illustre

Alain Moustard, DSI de Bouygues Telecom. Ces 20% correspondent à la mise en place d'outils ou de solutions dont l'intérêt et la valeur ajoutée est directement perceptible par l'utilisateur : tablettes, smartphones, services en lignes...

Le DSI, même s'il crée de la valeur à chaque décision, ne sera ainsi placé dans la lumière que sur ces services «visibles».

Pourtant, l'informatique, et plus globalement le numérique, modifie peu à peu l'ADN de l'entreprise pour aboutir à une nouvelle race de société, génétiquement modifiée pour être plus productive, plus efficace et plus innovante. Elle devient une commodité, un produit standardisé, qui permet dorénavant au DSI d'innover.

En s'ouvrant sur les métiers, en bâtissant un SI souple, dynamique et réactif, et en se réorganisant en société de services interne, le DSI est ainsi sorti de sa tour d'ivoire et participe dorénavant activement à la stratégie d'entreprise.

Pour aboutir à ce schéma idéal, la DSI doit effectuer certains choix technologiques (virtualisation, Cloud...) en s'appuyant sur des prestataires de confiance, à l'instar des experts T-Systems réunis autour de la table. Ainsi conseillée et supportée, la DSI peut mener à bien son programme de réorganisation et d'externalisation de certaines compétences.

Elle revoit son architecture globale, industrialise l'informatique au même niveau que l'énergie électrique. Le DSI peut alors se tourner vers l'innovation et rayonner encore plus comme DSI créateur de valeur.

En partenariat avec

•• T •• Systems ••

www.evenements01.com

DÉCRYPTAGE

Le SaaS expliqué à votre directeur général

POURQUOI S'Y INTÉRESSER ? Grâce au Software as a Service (SaaS) ou location d'applications, les logiciels de CRM, de collaboration ou les ERP sont aujourd'hui consommables sur le web. Cela présente des avantages mais aussi de sérieux inconvénients qu'il faut évaluer.

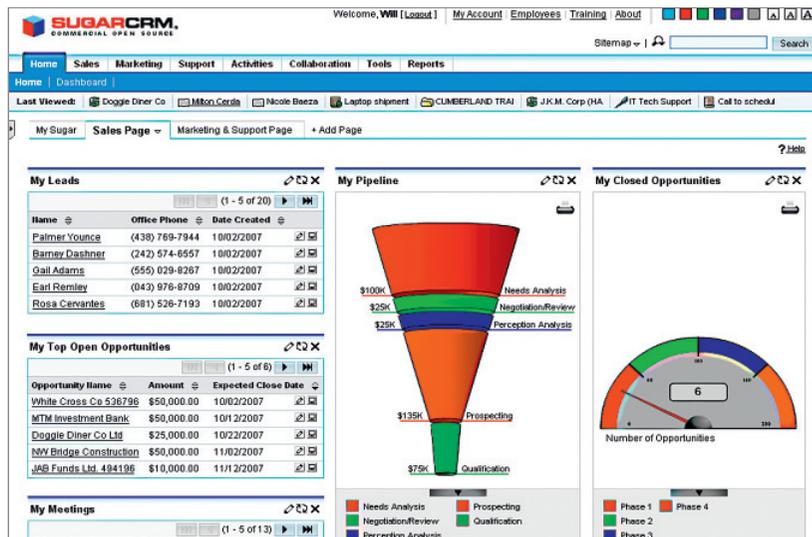
Les gains

1. Un investissement allégé. L'atout clé du SaaS, avant toute notion technique ou fonctionnelle, est la transformation d'un investissement comptable en charge liée à l'usage. Le mode locatif élimine l'apport initial utile à tout projet informatique (achat de serveurs, de licences) et le transforme en mensualités.

2. La performance à faible prix. Généralement facturés quelques dizaines d'euros par utilisateur et par mois, les services SaaS se veulent résolument moins coûteux que les logiciels traditionnels (on-premise). Ils donnent accès à des applications disposant des fonctions les plus modernes à un prix abordable, notamment pour les PME.

3. Une mise en œuvre rapide. La phase d'intégration d'un projet SaaS est beaucoup plus courte que celle des projets traditionnels. De plus, ce mode apporte une souplesse incomparable : plus de soucis de montée en charge de l'application, ni d'impact sur la plate-forme technique en cas d'ajout d'utilisateurs.

4. Un logiciel toujours à jour. Les offres SaaS fonctionnant généralement sur des plates-formes multitenants (multilocataires), elles sont à jour en permanence. Toute problématique de montée de version disparaît, et les utilisateurs bénéficient, au fil du temps, de nouvelles fonctionnalités innovantes. Ce mode étant le plus souvent proposé sur des applications web, aucun déploiement n'est nécessaire au niveau des postes clients.



Dans l'univers du cloud, le SaaS est le segment qui réalise le plus gros chiffre d'affaires.

Les limites

1. Personnalisation et intégration sont limitées. Pour les chefs d'entreprise habitués à demander aux intégrateurs des personnalisations poussées de leurs progiciels, le SaaS constitue une révolution culturelle. Certes, personnaliser en partie certains services SaaS est possible, mais la force de ce mode reste l'utilisation de l'offre standard. Les capacités d'intégration, notamment temps réel, avec les données d'autres systèmes sont restreintes, même si les éditeurs de services SaaS et ceux d'outils d'intégration ont désormais inclus des connecteurs d'échange.

2. Quel coût sur le long terme ? Si, à court terme, le coût des applications SaaS paraît imbattable comparé à ceux d'infrastructure (serveurs, stockage), de licence et de maintenance d'un logiciel traditionnel, le calcul peut s'inverser sur le long terme. Dans le cas d'une utilisation ponctuelle, sur un projet par exemple, le mode locatif est très avantageux. Pour un emploi plus structurant sur cinq à dix ans, un logi-

ciel on-premise pourra s'avérer plus pertinent. Une évaluation des coûts est nécessaire.

3. Attention aux conditions juridiques. Le mode SaaS présente des spécificités : les données sont hébergées chez un tiers, souvent à l'étranger, et parfois même hors d'Europe. Il convient de s'assurer de la légalité de l'export de ses données vers le pays cible. Certains secteurs d'activité l'interdisent formellement. Les entreprises opérant dans des secteurs sensibles doivent envisager l'option SaaS avec prudence. En outre, il faut vérifier les clauses contractuelles en cas d'indisponibilité du service, voire de défaillance du prestataire.

4. S'assurer de la réversibilité du choix. S'il est facile de monter dans le cloud, puisqu'il suffit de quelques clics pour s'abonner, quitter un service SaaS nécessite quelques précautions préalables. Il s'agit, en particulier, de s'assurer des moyens dont on dispose pour extraire ses données de la plate-forme et mener une migration vers l'infrastructure cible. ■

ALAIN CLAPAUD

Vos rendez-vous

État de l'art



Mise à jour du 20 octobre 2011 : 23 séminaires nouveaux ou entièrement remaniés

> Les Synthèses

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

> Management de l'Informatique

Le Tableau de Bord du DSI en 2011	22-23 nov. • 8-9 déc. 2011
Les "Best Practices" de la DSI en 2011	13-14 décembre 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	12-14 décembre 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	8-9 décembre 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	15-16 décembre 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	15-16 décembre 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	5-7 décembre 2011
Continuité Informatique / PRA	29-30 novembre 2011
Plan de Continuité d'Activité/Gestion de Crise	1-2 décembre 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	8-9 décembre 2011
Processus et BPM : l'état de l'art	12-14 décembre 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	1-2 décembre 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	12-14 décembre 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	5-7 décembre 2011
Passeport Réseaux & Télécoms	21-23 novembre 2011
Passeport Consultant	5-7 décembre 2011
Passeport MBA	28-30 novembre 2011
Passeport Comptabilité & Finance	14-16 nov. • 12-14 déc. 2011
La Banque en 3 jours	12-14 décembre 2011
La Gestion du Stress	29-30 novembre 2011
Passeport Efficacité Personnelle	7-9 nov. • 5-7 déc. 2011
Passeport Management	14-16 nov. • 12-14 déc. 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

Amazon à la croisée des chemins



L'action Amazon faisait grise mise, à Wall Street, à l'annonce des résultats trimestriels. Elle a chuté de 18 %, avant de remonter et de terminer à - 4,4 % à la clôture. Car si Amazon annonçait un chiffre d'affaires record de 10,88 Md\$ au troisième trimestre, la baisse de 73 % des bénéfices a, elle, alerté les investisseurs. Le numéro un mondial de l'e-commerce est à la croisée des chemins : il mise beaucoup sur l'envoi des ventes de son livre électronique Kindle et, surtout, de sa tablette Kindle Fire. Mais le business model choisi, qui implique de perdre de l'argent sur la vente des tablettes pour générer des revenus sur le contenu et la publicité, va être longue à se mettre en place et plomber aujourd'hui les comptes.

Une certification pour encadrer le risque

L'association américaine Isaca (Information System Audit and Control Association) propose un label pour attester la capacité des responsables à gérer le risque. Poussé par l'Association française de l'audit et du conseil informatique, le label Certified in Risk Information System Control (Crisc) concerne les auditeurs en systèmes d'information, les Risk Managers et les DSI

Toulouse rejoint l'April

Toulouse est la première grande ville française à rejoindre les rangs de l'April, association qui promeut les principes du logiciel libre. La ville et la communauté urbaine du Grand Toulouse ont récemment publié un appel d'offres pour des logiciels bureautiques libres.

VU DES MARCHÉS

EN BREF

APPLICATIONS Le traitement massif de données se prête d'abord à la recommandation et à la segmentation client

Le big data par la pratique

D'énormes volumes de données, des informations peu structurées et des analyses réalisées en quasi temps réel.

Voilà résumé le triptyque du big data, le dernier concept à la mode qui oscille entre réelles avancées et reconditionnement de concepts existants, notamment dans le décisionnel. Le big data est à la mode, car il promet d'effectuer de nouveaux types d'analyse. Premier débouché : la recommandation, un terrain quasi vierge. Ainsi eHarmony, site de rencontres américain client d'Amazon, compare et rapproche des profils de célibataires en s'appuyant sur 28 critères. Cela laisse entrevoir des combinaisons presque infinies. « Avec les bases de données traditionnelles, eHarmony se limitait à l'analyse de quelques critères, explique Werner Vogels, directeur technique d'Amazon.com. Avec les seules bases relationnelles, on se coupait de nombreuses opportunités. Pour créer de nouvelles analyses, il fallait retoucher la structure de la base, ce qui en décourageait plus d'un. »

La solution passe par la plate-forme open source Hadoop. Comme la plupart des grands noms du web, Google ou Amazon justement, eHarmony s'est rallié à ce système distribué de calcul adapté aux très gros volumes de fichiers.

Hadoop lui sert également à rapprocher sémantiquement les textes saisis librement par les célibataires.

Autre vocation du big data, selon ses partisans : la segmentation client, surtout quand elle implique des données variées et volumineuses (logs, graphe social...). « Un de nos clients spécialisé dans le jeu sur Facebook voulait déceler le profil type des joueurs prêts à basculer en mode payant, explique Romain Chaumais, PDG d'Ysance. Or, avec 140 amis en moyenne par joueur, un million et demi de joueurs et 50 millions d'interactions quotidiennes entre eux, les calculs nécessaires sont énormes. Seul Hadoop peut les réaliser. »

Concurrent du datamining

En matière de connaissance client, le big data interfère avec des technologies déjà éprouvées : CRM analytique, datamining, décisionnel... « Les deux familles sont en mesure de se compléter », note Romain Chaumais. Les traitements analytiques du big data liés, par exemple, aux interactions sociales, peuvent alors être reversés dans les entrepôts de données traditionnels, pour être, au final, analysés par les outils décisionnels. ■ VINCENT BERDOT

L'AVIS DE L'UTILISATEUR



Pierre Matuchet, directeur général adjoint de Voyages-SNCF.com Technologies

« Une architecture décisionnelle taillée pour les enjeux transactionnels »

Nous faisons du big data avec des technologies traditionnelles. Notre enjeu était de proposer aux clients un calendrier des trains en fonction des tarifs. Or, il était impossible de solliciter directement, et en quasi temps réel, les 80 millions d'offres contenues dans notre système central. Il n'aurait pas tenu la charge. Nous nous appuyons

donc sur des outils d'extraction, de transformation et d'enrichissement de données pour charger les offres dans un entrepôt structuré et répondre à cette logique de calendrier. Notre originalité a été de bâtir une architecture décisionnelle en l'adaptant aux enjeux transactionnels intensifs : 500 offres sont mises à jour à la seconde.

GREEN TECH

PC : 60 % d'économies en les éteignant

Nombre de DSI sont pris entre des budgets informatiques contraints et la volonté des entreprises de réduire leur empreinte carbone. Eteindre automatiquement les postes de travail quand ceux-ci ne sont pas utilisés répond à ces deux objectifs. Contrairement aux idées reçues, les PC consomment deux fois plus d'énergie que les datacenters. Ces machines représentent en effet 40 % de la facture électrique du système d'information, contre 23 % pour un centre informatique, selon Gartner.

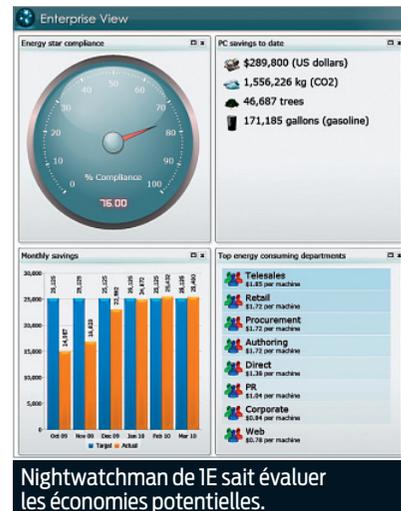
En réduisant les kilowattheures électriques consommés la nuit et le week-end, les DSI font d'une pierre deux coups : « de 10 à 60 euros d'économies par ordinateur et par an et une réduction de 10 à 60 kilos d'équivalent CO₂ annuelle », résume Margreet Fortuné, fondatrice de Markexpanciel, spécialiste de l'audit et de l'optimisation de la consommation électrique des parcs informatiques. Ces chiffres peuvent paraître faibles. Mais à l'échelle d'une entreprise comme TF1, qui a réduit la consommation électrique de ses 4 000 postes de travail de plus de 60 %, les économies atteignent ainsi plus

de 50 000 euros et l'émission de centaines de tonnes de CO₂ est évitée chaque année. Un potentiel d'optimisation conséquent, car les utilisateurs ont du mal à adopter des gestes écologiques au bureau.

Une mise en œuvre délicate

Selon l'éditeur 1E, 60 % d'entre eux n'éteignent pas leur poste de travail le soir. Et 26 % des ordinateurs resteraient allumés même le week-end, selon l'éditeur Avob. « Compte tenu des sauvegardes, des mises à jour nocturnes et des applications qui restent ouvertes, l'extinction automatique n'est pas toujours aussi simple qu'il y paraît », rappelle Tristan Labaume, fondateur de Greenvision, qui est intervenu pour TF1. « La seule technique efficace pour identifier les différents profils d'utilisateur et les contraintes techniques consiste à analyser ce qui se passe concrètement lors d'un audit initial », estime Margreet Fortuné.

De nombreux éditeurs – 1E, Avob, JouleX, PCI, Verdiem, etc. – se positionnent sur ce créneau. Leurs logiciels estiment la consommation totale du parc ainsi



Nightwatchman de 1E sait évaluer les économies potentielles.

que les émissions de dioxyde de carbone associées et identifient les scénarios de mise en veille adaptés.

Un retour sur investissement de quatre à douze mois

Il suffit ensuite d'appliquer ces règles à l'ensemble des postes de travail de l'entreprise et d'en suivre les progrès. Le coût des logiciels varie de 1 à 19 euros par équipement, selon la quantité de licences achetées, le modèle de déploiement et le type de licence. En général, le retour sur investissement se situe entre quatre et douze mois.

Pour estimer les économies potentielles, « mieux vaut réaliser un audit énergétique indépendant de tout éditeur avant de choisir une solution », conseille Erwan Bouvier, directeur technique de Blueight, un spécialiste de l'audit et de l'optimisation de la consommation électrique des parcs informatiques. Mais le recours à un logiciel n'est pas toujours nécessaire. Sur de petites structures, la sensibilisation des utilisateurs est parfois suffisante. D'autant qu'« on peut aussi s'appuyer sur l'outil de gestion de parc déjà présent », précise Erwan Bouvier. ■

FREDERIC BORDAGE

Les principales solutions disponibles en France

ÉDITEUR	LOGICIEL	COUVERTURE	PRIX INDICATIF
1E	Nightwatchman 6.0	Postes de travail.	14 € par PC.
Avob	Avob Energy Saver 4.0	• Ordinateurs. • Imprimantes. • Téléphones IP.	• PC : de 10 à 15 €/utilisateur. • Imprimantes : de 7 à 13 €/utilisateur. • ToIP : de 2 à 5 €/téléphone.
JouleX	JouleX Energy Manager 2.5	Tout équipement IP.	A partir de 3 € par module (monitoring/management) et par équipement.
PCI	Gimi Green IT	PC, imprimantes, tout équipement IP. Allongement de la durée de vie des équipements.	De 6 à 12 €/équipement (licence à vie) + 17 % de la licence de contrat de maintenance annuel. Location possible.
Verdiem	Surveyor 5.5	Postes de travail. Prochaine version : commutateurs, ToIP, points d'accès Wi-Fi, etc.	De 10 à 19 €, selon le nombre d'équipements.

MOBILITÉ Blackberry voit ses parts de marché reculer et subit une panne sans précédent

RIM ne fait plus l'unanimité chez les DSI

Selon une étude NetmediaEurope, un DSI sur trois serait équipé d'un Blackberry. La proportion est la même chez les directeurs métier. Mais ce succès perd peu à peu de son éclat. En cause : la concurrence accrue, dominée par Apple. Et si le smartphone de RIM est encore considéré comme la solution de messagerie la plus robuste dans un cadre professionnel, « cette situation risque de changer rapidement, pour deux raisons. D'abord, les modèles ont tous des fonctionnalités et des formes semblables, et ils se renouvellent peu. Ensuite, c'est une solution dédiée aux e-mails mobile. Les terminaux de demain devront élargir leur spectre d'utilisations possibles et proposer l'accès au web, la lecture de documents, ou encore un modem de connexion », explique Angelo Marseglia, DSI pour la France et le Maroc de DHL Supply Chain.

Un manque de fonctionnalités

« L'entreprise canadienne n'innove plus dans un secteur qui, justement, fait de l'innovation son principal facteur différenciateur », estime-t-il. Une solution technique adaptée ne peut donc plus être considérée comme le seul critère de choix d'une flotte de smartphones. « Nous sommes équipés de 300 iPhone et iPad. Nous n'avons pas l'intention de passer au Blackberry, qui est très loin derrière Apple en termes de fonctionnalités et d'usages », confirme Guy de Lussigny, DSI de l'établissement public de santé mentale de Ville-Evrard. Sur le secteur des smartphones, RIM a perdu six points de parts de marché entre le deuxième et le troisième trimestre 2011, tombant à 11,7 %, selon le

TÉMOIGNAGE



Guillaume Ors, directeur informatique et nouvelles technologies de la ville de Clichy-la-Garenne (92)

« La pauvreté du catalogue d'applications de Blackberry peut poser problème »

Les terminaux Blackberry sont de grande qualité. En termes de courriels et d'agenda, nous les considérons comme répondant le mieux à nos besoins. Mais la pauvreté du catalogue Blackberry App World pourrait être problématique si nous souhaitons développer des applications métier.

Une panne de quelques jours ne saurait remettre en cause notre flotte. D'autant plus qu'elle survient après plusieurs années sans problème. Pour autant, le jour où un concurrent aura de meilleures réponses à nos besoins, nous n'aurons aucun remord à migrer notre flotte.

cabinet Gartner. « Ce qui est le plus inquiétant, c'est la faiblesse de l'offre d'applications sur cette plate-forme face au monde d'Apple et d'Android », juge Didier Venturini, DSI de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Courriels indisponibles, accès au carnet d'adresses impossible, synchronisation des agendas défectueuse... Les entreprises, elle aussi, ont été touchées par la panne du service Blackberry à la mi-octobre. « La sécurité et la facilité de gestion des terminaux et des données sont les propositions de valeur de RIM. Un VIP ne peut pas rester trois jours sans messagerie électronique », explique Philippe Mieybégué, analyste en stratégies mobilité et télécoms au BIT Group. RIM a perdu en crédibilité. « Nous utilisons Blackberry pour la robustesse de la solution. Si son niveau de performance baisse, nous migrerons vers une flotte d'iPhone, sous

la pression de nos utilisateurs », témoigne Gildas Chauveau de Vallat, DSI du Groupe Vallophis. Mais c'est surtout le phénomène Bring Your Own Device (utilisez vos propres équipements) qui plombe RIM. La dernière panne risque d'accentuer le phénomène.

Les utilisateurs favorables à l'iPhone

Même si la solution du fabricant canadien domine encore les bancs d'essai en matière de sécurité et de gestion, beaucoup de DSI s'en remettent, de façon contrôlée, au choix des utilisateurs. « Si nous ne sommes plus en mesure d'accorder notre confiance à Blackberry, le Bring Your Own Device pourrait être une alternative. Je recommanderai probablement l'iPhone », explique Thomas Chejfec, DSI d'Aldes Aéraulique. ■ EDDYE DIBAR

ILS CONTINUENT À FAIRE CONFIANCE À BLACKBERRY



« Equipés de Blackberry depuis 2010, nous allons renouveler toute notre flotte en novembre 2011 avec le Torch 9800. »

Didier Pawlak, DSI de Quintess

« Cet outil professionnel nous garantit tous les niveaux de sécurité. »

Jean-Louis Bouliou, DSI adjoint
branche énergie services de GDF Suez



« Le service de partage d'information et de la gestion de la sécurité représente, pour moi, un gros avantage. »

Franck Deschemaker, responsable SI de KPI

ÉTUDE L'informatique est au cœur de l'amélioration de la performance de la fonction achats

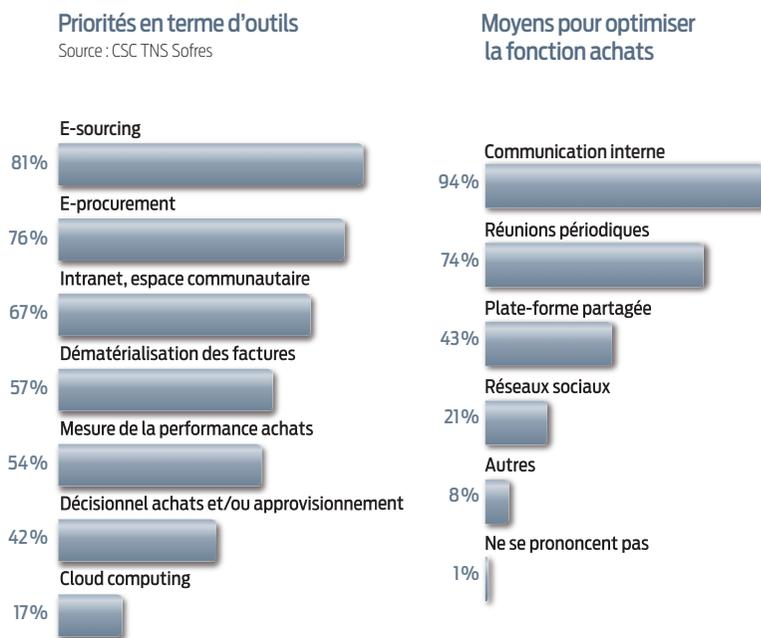
Un système d'information renseigné évite les ruptures d'approvisionnement

La fonction achats ne cesse d'évoluer, contrainte, d'un côté, par les exigences de ses clients internes et, de l'autre, par les aléas de ses fournisseurs. Selon la troisième édition du Baromètre achats de CSC TNS Sofres, la rationalisation des coûts devient une priorité des directions achats cette année (elle occupait la troisième place en 2010), et leur relation avec les fournisseurs fait un bon. Placée en huitième position des préoccupations en 2010, elle occupe désormais le deuxième rang. Autre surprise de ce classement, la gestion des risques qui, cette année, devient une priorité pour 62 % des directeurs achats. Et pour cause. En choisissant d'acheter à moindre coût des produits fabriqués dans des pays dispersés aux quatre coins du monde, les entreprises multiplient leur exposition aux catastrophes climatiques, politiques ou économiques susceptibles d'interrompre la chaîne d'approvisionnement. La crise de 2008, avec sa cohorte de petits fournisseurs mettant la clé sous la porte, reste en mémoire, tout comme l'éruption du volcan islandais en 2010, qui a contraint, par exemple, le constructeur BMW à stopper son usine américaine de Spartanburg, un tiers des pièces utilisées par ce site étant acheminé d'Allemagne par avion.

Double sourcing et suivi des fournisseurs

Pour se prémunir contre ce phénomène, les directeurs achats pratiquent donc de plus en plus le double sourcing (deux approvisionneurs pour le même produit) et le suivi de leurs fournisseurs. Ils effectuent des audits et s'équipent d'outils informatiques réalisant analyses financières et tableaux de bord afin de remonter d'éventuels problèmes économiques, des difficultés liées aux délais de livraison, à la qualité de produits, ou autres, de leurs fournisseurs. Cette stratégie impose de s'appuyer sur un système d'information bien renseigné sur un panel de fournisseurs, pour identifier ceux qui prendront le relais

LES MOYENS MIS EN ŒUVRE



Les outils fonctionnant dans le cloud computing font partie des investissements envisagés, comme les plates-formes d'achats partagés et les réseaux sociaux.

en cas de défaillance. « Toutes les données collectées doivent être cartographiées et classées en fonction de leur nature économique, politique, environnementale. Le suivi régulier ainsi que la mise à jour de cette base de données permettent de gagner du temps, même si le remplacement d'un fournisseur ne se fait pas du jour au lendemain », détaille Thierry Mercier, directeur associé chez CSC.

Pour 73 % des personnes interrogées, l'utilisation et l'efficacité des systèmes d'information achats sont essentielles pour améliorer la fonction achats et donc la performance de l'entreprise. Pour gagner en compétitivité, les directions achats se sont équipées de solutions pour optimiser et numériser les processus avec leurs fournisseurs. Il s'agit d'améliorer la qualité et d'augmenter la vitesse de conception des

produits, de réduire les coûts d'approvisionnement et les délais de traitement des dossiers.

Plus récemment, ces directions ont mis en place des outils collaboratifs pour offrir aux clients internes un meilleur suivi des processus achats, et aux fournisseurs des méthodes et des outils de travail. Selon les résultats de l'enquête, 43 % des directions achats ont installé une plate-forme d'achats partagés, et 21 % des réseaux sociaux pour optimiser la relation avec les prescripteurs. « Il est crucial de s'approprier ces outils collaboratifs, déterminants dans l'agilité et la rapidité de notre fonction achats », note Claire Brabec-La-grange, du comité exécutif, en charge de la direction des achats groupe de GDF Suez. ■

JULIETTE FAUCHET

En partenariat avec :

Du courant à marche forcée



La start up Instep Nanopower compte commercialiser un système

produisant du courant en récupérant l'énergie cinétique d'un marcheur. La réussite des chercheurs à l'origine de la jeune pousse se situe dans l'efficacité de leur technologie : l'énergie ainsi produite peut atteindre plusieurs watts. Placé dans la semelle d'une chaussure, leur dispositif serait donc capable d'alimenter un smartphone. Reste à trouver un moyen de connecter celui-ci à la chaussure...

Connexion lumineuse entre processeurs

Les laboratoires de Fujitsu ont accompli un progrès substantiel dans la quête de processeurs capables d'échanger des données à l'aide d'une liaison optique. L'avancée se situe dans leur système de régulation thermique, qui évite que la longueur d'onde des lasers employés soit instable à cause des variations de température. Fujitsu compte intégrer cette technologie dans ses supercalculateurs, sans toutefois donner de date de commercialisation.

Des données gravées dans le verre



Au sein du projet européen Femtoprint, des chercheurs

de l'université de Southampton (Royaume-Uni) ont développé un support en verre ayant les dimensions d'une pièce de 2 €, capable de stocker 50 Go. Le verre présente une structure intégrant de minuscules cubes en silice, déformables sous l'effet de l'impulsion d'un laser assez puissant. Le support est très résistant. Reste à trouver un moyen moins énergivore pour écrire les données.

START UP

EN PARTENARIAT AVEC oseo

Des algorithmes de traitement d'images pour détecter les piétons

NOM : Arcure.

DATE DE CRÉATION : décembre 2009.

DOMAINE : reconnaissance visuelle.

INNOVATION : algorithme de reconnaissance vidéo pour la détection des formes humaines.

PRODUIT : Blaxtair.

Arcure a développé un système de reconnaissance visuelle de formes humaines ayant une application directe dans la prévention d'accidents sur les chantiers ou dans l'industrie. « *Contrairement aux autres procédés de détection d'obstacles à infrarouge, notamment, notre système Blaxtair parvient, en temps réel, à distinguer un piéton d'un autre objet. C'est la condition sine qua non d'une prévention efficace des accidents de personnes survenant sur les chantiers et en milieu industriel* », souligne Patrick Mansuy, PDG d'Arcure.

Une technologie issue du CEA

Créée en 2009, cette start up s'est développée en exploitant une licence exclusive du CEA portant sur l'exploitation des algorithmes de reconnaissance de formes, élaborés par le List (Laboratoire d'intégration des systèmes et technologies) depuis une quinzaine d'années. Arcure a vécu une période d'incubation de deux ans au sein d'Incuballiance.

Le fruit de ses développements a abouti à la conception d'un système embarqué pour véhicules de chantier ou industriels, se présentant comme un boîtier à vision stéréoscopique (perception binoculaire) embarquant un ordinateur et des capteurs vidéo. Couvert par cinq brevets, Blaxtair compare les images qu'il voit à une base d'apprentissage contenant la

signature visuelle caractéristique des formes humaines. Il détecte des piétons de toute taille et dans différentes positions, à l'exception de la position couchée. Sa réactivité en présence d'obstacles humains constitue un facteur important : Blaxtair serait capable d'identifier un piéton en moins de 300 millisecondes et à une distance maximale de 15 mètres. En cas de détection, une alarme sonore ou lumineuse est déclenchée pour prévenir le conducteur de l'engin. La qualité du traitement d'image, liée à la performance de l'algorithme, évite les « faux positifs » se traduisant par des fausses alarmes qui perturberaient le travail des conducteurs.

Travaux publics et industrie

Le boîtier, résistant aux variations de température, aux chocs et aux vibrations, s'installe sur tout type d'engin industriel (camion, pelle mécanique, etc.). Les secteurs des travaux publics (chantiers, carrières) et de l'industrie (entrepôts de stockage) figurent parmi les premiers clients d'Arcure, dont les systèmes sont commercialisés depuis début 2011. « *Nos systèmes sont ainsi utilisés par les engins de travaux publics, dans les tunnels liés au creusement de l'autoroute A89* », précise Patrick Mansuy. ■

FRÉDÉRIC BERGÉ

REPÈRES

Siège : Paris (75).

Effectif : 12 personnes.

Financement : capital social (118 k€) et avance remboursable d'Oseo.

Les fondateurs :

Patrick Mansuy, PDG.

Franck Gayraud, directeur général.

TROPHÉES DSI La catégorie PME sera récompensée lors de la cérémonie du 7 décembre prochain

Bâtir une DSI à la mesure de ses moyens

La DSI de la compagnie aérienne Europe Airpost a créé son propre site informatique de secours.



La direction des systèmes d'information d'une PME doit être adaptée aux moyens humains et financiers d'une moyenne structure. Et ce, en connaissant la problématique d'une grande entreprise. Pragmatisme oblige, le DSI d'une PME structure son équipe « sur mesure », en fonction des contraintes économiques qui l'entourent et de la stratégie de la société qui l'emploie. « *Bien qu'en charge d'un environnement international multisite, nous avons choisi une organisation agile composée de seulement cinq employés en interne* », explique Yann Jouvenaux, DSI du groupe semencier Sakata pour l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique. Cette petite structure gère l'informatique de 13 sites dans huit pays. Comment ? En installant des procédures quasi industrielles. Les postes clients disposent de configurations matérielles et logicielles standards, et tous les trente-six mois, les postes, les imprimantes et les serveurs sont remplacés sur chaque site.

Une refonte totale du système d'information

Le recours à l'externalisation joue aussi son rôle. « *Nous sommes passés à un contrat d'Infrastructure as a Service (IaaS) sur un centre de données externe prenant en charge tous nos systèmes locaux ou distants* », souligne le DSI. Parfois, il faut partir de zéro pour bâtir une DSI, comme lors d'un rachat. Quelques mois après la cession de la compagnie aérienne Europe Airpost

par La Poste, au groupe ASL, Fabrice de Biasio, DSI d'Europe Airpost, a dû créer une DSI de toutes pièces, en passant d'une logique de centre de coûts à celle d'un centre de profit. L'adoption d'un schéma directeur informatique a débouché sur une refonte totale du système d'information de l'entreprise. Aujourd'hui, la DSI règne sur 700 utilisateurs, dont 300 nomades (dont les pilotes). Elle a déployé un cloud privé, basé sur la virtualisation de ses serveurs, dans sa salle informatique entièrement refondue. Le métier de la société supposant un fonctionnement sans interruption de l'informatique, la DSI a mis en œuvre un plan de continuité d'activité, comportant un site de secours, distant de 600 mètres du site primaire, qu'elle gère elle-même.

Intégrer tous les métiers de l'entreprise

Chez Roset, concepteur, fabricant et distributeur de meubles, la DSI doit composer avec l'intégration verticale de la société, ce qui suppose de couvrir un large périmètre fonctionnel, digne d'une grande entreprise. « *L'équipe de la DSI, composée de 17 personnes, représente tous les métiers de l'informatique : exploitation, bases de données, développement, chefs de projet, techniciens et support technique* », commente Charles Lacoste, le DSI, qui a sous sa responsabilité un parc de 600 postes classiques et de 100 terminaux industriels. ■

FRÉDÉRIC BERGÉ



LE
DSI
DE L'ANNEE
2 0 1 1
**RÉVÉLATION DU
PALMARÈS**
LE 08 DÉCEMBRE

En partenariat avec :



RELATION CLIENT BNP Paribas a bâti un modèle de gestion intégrée pour son activité de détail

La complexité du multicanal va persister

Mettre le client au cœur du processus, tel est le credo des directions marketing et commerciales lancées dans la refonte du système de relation client. « Pour ces chantiers, souvent ambitieux, soit ces directions font appel à des éditeurs provenant du monde des ERP (Siebel, SAP), soit elles bâtissent une plate-forme adaptée à leurs besoins, avec une approche intégrée », explique Hervé Seban, directeur associé d'Advanced Schema, lors du dernier déjeuner-débat du Cercle 01^(*), en septembre dernier. Dans les deux cas, poursuit l'expert, de nombreux échecs ont été constatés, en partie du fait de la limitation technologique et de la faible pérennité des acteurs. Car la relation client est un univers fortement touché par les innovations technologiques (mobilité, cloud, réseaux sociaux...).

Construire une relation complète avec les clients, quels que soient le territoire et l'activité réalisée

D'où l'intérêt du modèle de gestion intégrée mis en place par BNP Paribas. En treize ans, l'établissement a bâti un processus industriel totalement intégré à son écosystème et capable de prendre en compte les innovations qui émergent aujourd'hui. Conçue sur un cœur multicanal, cette solution est constituée d'un CRM global, faisant interagir de manière industrielle un CRM analytique et un CRM opérationnel. « Pour

développer cette relation client, le business model de l'entreprise devait également être intégré. Celui de BNP Paribas se décline à travers trois grandes activités : Corporate and Investment Banking (le métier de marchés), Asset Management (l'assurance et la gestion d'actifs) et Retail Banking (la banque de détail) », explique Philippe Laulanie, responsable de la distribution Retail Banking chez BNP Paribas (BNPP). Et de préciser : « C'est sur cette dernière brique que le modèle intégré multicanal construit une relation continue avec l'ensemble des clients. Cette activité, qui représente plus de 50 % des recettes, prédomine de plus en plus en période de crise, compte tenu de son caractère résilient (lire 01, n° 2098, p. 37). »

C'est au sein de cette entité que sont gérés les canaux mobiles ou fixes, les télécoms, les différentes évolutions (postes de travail, CRM, datawarehouses, référentiels), et l'ensemble des innovations. « On ne peut piloter ces thèmes sans organiser une conduite du changement et donner le timing à une communauté de managers portant le modèle dans les entités », assure Phi-

LE TÉMOIN



« Ce système, centré sur le service, le développement des contacts et la relation client, a fait passer BNPP Retail Banking d'une banque à canaux multiples juxtaposés à un modèle multicanal intégré. »

Philippe Laulanie, BNP Paribas

lippe Laulanie. « Cet exemple de déploiement réussi dans un grand groupe semble également lié à la présence d'un encadrement stable, capable d'imposer rapidement une vision », conclut Eric Labaye, directeur général de McKinsey. ■ FRÉDÉRIC SIMOTTEL

(*) Six fois par an, le Cercle 01 réunit une quarantaine de membres (les patrons des groupes français les plus prestigieux) autour d'un déjeuner thématique. L'occasion, pour eux, de s'interroger sur l'apport des technologies pour leur business.

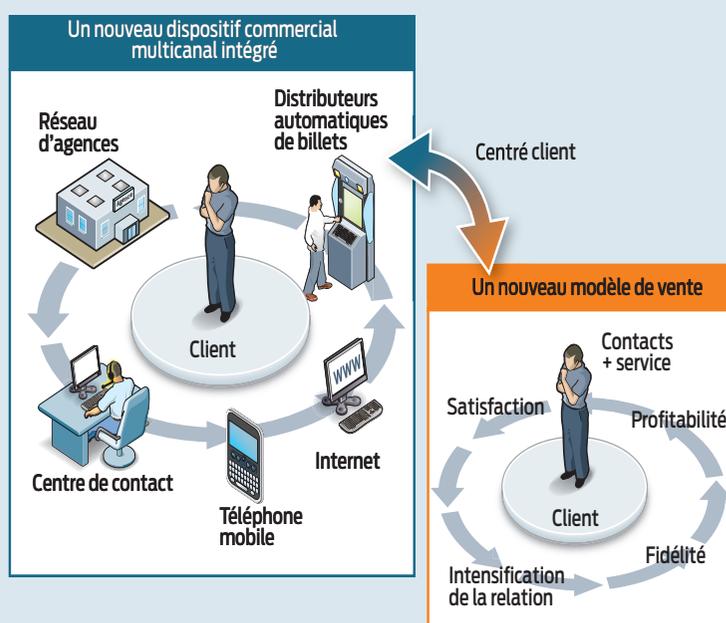
L'EXPERT



« L'important est de garder le cap du modèle intégré, de concilier industrialisation et agilité, et de rester en ligne avec l'évolution du métier. »

Hervé Seban, d'Advanced Schema

L'INNOVATION EST PRÉSENTE À TOUS LES ÉTAGES DU MODÈLE BNPP



Dynamisez...

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



Management et Leadership

Réf.	Formations - Paris	Dates 2011/2012
MANAGEMENT		
290	Techniques de management	15-18 novembre 13-16 décembre
906	Techniques de management dans un environnement informatique	29 nov-2 déc 19-22 décembre
DÉVELOPPEMENT DES COLLABORATEURS		
224	Développez le potentiel de vos collaborateurs	5-6 décembre 19-20 mars
LEADERSHIP		
222	Techniques de leadership pour un travail d'équipe performant	14-16 décembre 28-30 mars
346	Leadership dans les équipes projet	22-25 novembre 17-20 janvier
275	Management d'équipe à distance	14-16 décembre 28-30 mars
909	Techniques de leadership pour managers expérimentés	23-25 novembre 11-13 janvier
F802	Conduite de réunion	23-24 janvier 2-3 avril
COMPÉTENCES STRATÉGIQUES		
247	MBA : Compétences clés	14-18 novembre 6-10 février
252	Planification stratégique	23-25 novembre 21-23 mars
289	Plan de reprise après sinistre	13-16 décembre 14-17 février

Communication

Réf.	Formations - Paris	Dates 2011/2012
TECHNIQUES DE COMMUNICATION		
292	Techniques de communication	7-9 décembre 22-24 février
294	Management transversal	22-25 novembre 13-16 décembre
244	Assertivité : Communiquer avec autorité	19-20 décembre 6-7 février
904	Gestion des conflits	21-23 novembre 18-20 janvier
341	Savoir négocier efficacement	16-18 novembre 8-10 février
910	Optimiser les performances de votre service client	23-25 novembre 18-20 janvier
905	Techniques d'animation et de facilitation	16-18 novembre 7-9 mars
903	Prise de parole en public	30 nov-2 déc 11-13 janvier
345	Réussir des présentations dynamiques	5-6 décembre 6-7 février
TECHNIQUES DE RÉDACTION		
319	Rédaction de documents techniques	7-10 novembre 6-9 décembre
219	Rédiger des rapports professionnels	7-9 décembre 7-9 mars

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

- ▶ Des formateurs experts dans leur domaine avec en moyenne plus de 20 ans d'expérience
- ▶ 30 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™)

Profitez de notre **OFFRE LECTEUR** et bénéficiez de **25 % de réduction*** en vous inscrivant aux formations Management, Leadership et Communication ci-dessus. Code Lecteur : **LTML01**



*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

ÉVÉNEMENT | 01

BUSINESS & TECHNOLOGIES

→ Dîner prestige le 17 novembre 2011 à Paris*

01 NUMERICA

VOYAGE AU CŒUR D'UNE MUTATION

4 ÉTAPES POUR VOUS ACCOMPAGNER DANS LA RUPTURE NUMÉRIQUE

Après l'impact sur l'Entreprise et l'évolution du Métier de DSI, 01 Numerica vous invite à débattre, le 17 novembre prochain des nouvelles menaces qui pèsent sur cette révolution en marche.

■ Prochaine étape de ce voyage en 4 dates,

Le 17 novembre :

les Technologies – Des perspectives sans limite mais pas sans risque

- Sécurité, confidentialité et intégrité des informations
- Performance des applications
- Réversibilité des systèmes

■ À suivre, dernière étape :

- 14 décembre : les Échanges

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

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

avec **Logica**
be brilliant together

EXPÉRIENCES



Volkswagen Bank
s'appuie sur un logiciel
de gestion de contacts pour
accélérer le recouvrement
des créances.

P. 30



« Le marketing web est une
discipline faussement simple.
Trouver la bonne stratégie
n'est pas facile. »

Serge Roukine, entrepreneur web

P. 32

MÉTHODE ET QUALITÉ

Le Lean Management débarque dans les services informatiques

Inventé par le constructeur automobile Toyota, le Lean Management est une méthode de plus en plus appliquée à l'informatique. Retour sur son utilisation, plus ou moins réussie, dans quatre entreprises.

L'informatique, très friande de nouveaux concepts, en a fait un de ses nouveaux « buzz words » depuis quelques années. Le Lean Management, ou simplement Lean, s'apparente, selon ses zélateurs, à une formule managériale miracle qui ferait rimer quête de la performance et amélioration des conditions de travail. Inventé officiellement par le constructeur automobile Toyota, le Lean se veut une démarche « bottom-up », qui part de la base. Dans la philosophie du Lean, ou « amaigrissement », (lean veut dire maigre en anglais), on estime que les opérationnels sont les plus aptes à cerner les problèmes et à augmenter la productivité en ciblant les tâches ou les processus sans valeur ajoutée qui font perdre du temps. Ainsi débarrassé des lourdeurs qui l'encombrent, le travail serait également lui-même revalorisé.

Replacer les opérationnels au centre de la démarche

En tant qu'équipementier automobile, Faurecia pratique le Lean depuis de nombreuses années au sein de ses usines. A partir de 2005, l'industriel a voulu transposer la démarche à ses fonctions support, et à l'informatique en particulier. Une petite équipe « lean office » a été constituée, où figurent régulièrement quelques transfuges des



Chez Faurecia, le Lean Management fonctionne aussi bien pour l'informatique qu'en production.

usines. L'objectif de la DSI ? Remettre l'utilisateur (le client interne de la DSI) au centre des préoccupations. « *Souvent, un projet informatique est soit poussé par la DSI qui souhaite, par exemple, un progiciel plus facile à maintenir, soit par les métiers, influencés par un éditeur. Dans les deux cas, on oublie l'utilisateur qui conditionne le succès des outils* », relève Catherine Chabiron, Lean Office Manager chez Faurecia. L'équipementier s'est attaqué aux tâches répétitives susceptibles de

concerner les utilisateurs : amélioration de sa chaîne de support, efficacité et qualité des déploiements, exploitation, etc. A l'opposé du Business Process Reengineering, le Lean ne se conçoit pas dans un bureau avec des consultants. Cette approche débute toujours par une analyse sur le terrain, par une observation minutieuse de la production du service pour en révéler les failles, les goulets d'étranglement, les tâches inutiles ou mal organisées, les stocks et les attentes. Chez Faurecia, à

chaque fois que la démarche doit être appliquée, un atelier d'une durée de deux jours, animé par un coach lean, initie l'approche au sein de l'équipe concernée. En parallèle, la mise en place de points de mesure – qualité, coûts, délais – permet de mieux cerner les problèmes. « *On observe, puis on mesure pour comprendre le problème. S'ensuit une phase de résolution plus classique où on élimine les gaspillages* », résume Catherine Chabiron. Pour un service support, par exemple, ceux-ci sont liés, par analogie à une chaîne de montage, à l'attente au niveau des stocks de tickets incidents intermédiaires, et à une transmission de mauvaise qualité au niveau supérieur.

Pour faire perdurer cette démarche d'amélioration continue, les équipes analysent, au cours de réunions quotidiennes de cinq minutes et hebdomadaires d'une heure, les mesures ou les écarts de performance, et en déduisent des plans d'action corrective. A cette occasion, elles utilisent l'un des outils phare de la philosophie Lean : le management visuel, qui consiste à projeter



« **Le Lean ne doit pas être vécu comme une remise en cause personnelle, mais comme celle des processus** »

Catherine Chabiron, Lean Office Manager chez Faurecia

sur un mur la situation du service au travers de « Post-it » ou de « magnets » et de codes couleurs. En effet, rien ne disparaît lorsqu'on arrive dans une salle informatique. Avec le management visuel, « *le chef d'équipe peut savoir tout de suite si la situation est sous contrôle ou pas* », poursuit Catherine Chabiron. La résolution des problèmes est effectuée sur un mode itératif : la technique dite des petits pas. « *C'est une démarche permanente. On mesure, puis on résout. Si la solution n'est pas viable, on y retourne et on révisé le processus. Sur un help desk, par exemple, on travaille sur les questions à poser, la polyvalence, les modes et les délais d'escalade.* » L'approche Lean a ainsi permis à l'informatique de Faurecia de relever un certain nombre de dysfonctionnements clés, au niveau de l'escalade des incidents liés aux infrastructures. « *A chaque*

VISUALISER IMMÉDIATEMENT L'ÉTAT D'AVANCEMENT DU PROJET



Dans l'Obeya room se tiennent les réunions debout. En l'absence de tableaux, les murs sont tapissés de feuilles au format A3 pour accueillir les Post-it.

SFR Business Team

Faire équipe avec vous



SFR - S.A. au capital de 1 344 086 233,65 € - RCS Paris 403 106 537 - Crédit photo : Léa Crespi

Détails et conditions de l'offre sur sfrbusinessteam.fr. SFR Business

niveau de la chaîne de support, beaucoup d'opérationnels ne regardaient pas les stocks intermédiaires. Ils considéraient qu'une fois le ticket incident passé au niveau supérieur, leur tâche était accomplie. Sur les sujets les plus complexes, le ticket Lean reste, lui, immobile 80 à 90 % du temps. » D'où une identification beaucoup plus rapide d'éventuels problèmes.

Grâce à cette approche, 70 % des projets sont désormais livrés à la date prévue, et la chaîne de support SAP est passée, en un an, de 15 % d'incidents répercutés au niveau trois, autrefois débordé, à 10 %. De même, l'ensemble de la chaîne support traite 60 % des

incidents en moins de quatre heures, contre moins de 50 % début 2009.

Pour autant, la démarche ne s'instaure pas du jour au lendemain. Il faut faire adhérer des opérationnels, déjà pris par le quotidien. « *Vous arrivez chez des opérationnels débordés, et leur demande de prendre du recul sur la façon dont ils travaillent. Il faut qu'ils aient foi dans la démarche* », prévient Catherine Chabiron. Une résistance inévitable s'installe, mais qui tombe dès que l'équipe obtient les premiers résultats. Il s'agit surtout de bien gérer la relation avec le management intermédiaire, dont l'implication garantit l'échec ou le succès de la démarche « *C'est souvent*

À SAVOIR

Les grands principes du Lean

- ▶ **Visualiser la production pour en révéler les problèmes,** grâce à l'Obeya, ou management visuel. L'Obeya est une grande salle dans laquelle les murs sont recouverts d'informations visuelles.
- ▶ **Résoudre les problèmes un à un.** Les incidents sont hiérarchisés et abordés selon l'approche Plan Do Check Act : observer, émettre des hypothèses de causes, expérimenter une solution, recommencer si nécessaire.
- ▶ **Corriger immédiatement, en mode « pompier ».** Lorsqu'un incident ou un défaut survient, l'équipe s'arrête et essaie de réparer, coûte que coûte.
- ▶ **Améliorer le travail quotidien.** Si les résolutions ont porté leurs fruits, l'équipe entérine les nouvelles pratiques de travail.

PUBLICITÉ



NOUVEAU
Pack Business Entreprises

Avantage n°6
Messages vocaux sur votre boîte mail.

Tous les avantages sur sfrbusinesssteam.fr

ss Team, marque du groupe SFR, est à destination des entreprises.

pour eux que c'est le plus dur, car ils ressentent une remise en cause du service rendu. Il faut faire attention à ce que le Lean ne soit pas vécu comme une remise en cause personnelle, alors qu'il s'agit de celle de processus et de méthodes mal adaptés. » D'ailleurs, il faut s'attendre à ce que la situation n'évolue pas immédiatement dans certaines équipes. « L'approche ne fonctionne pas partout, loin de là, tant l'investissement de départ en développement humain et en résolution de problèmes est important », relève Catherine Chabiron. De son côté, Nokia Siemens Networks (NSN) expérimente le Lean depuis trois ans au sein de sa division CSI

(Consulting and Systems Integration). Celle-ci met en place des solutions et développe des offres marketing pour les opérateurs. Le lancement de la démarche est parti d'un besoin de mieux satisfaire les clients – les opérateurs, donc – via la mise en œuvre plus rapide des services. « Nous devons améliorer notre collaboration », rappelle Elodie Aidan Atlan, chef d'une équipe d'une trentaine de personnes. Comme chez Faurecia, les opérationnels ont d'abord décortiqué la façon dont chacun travaillait. « C'est, mine de rien, l'occasion d'instaurer un dialogue avec le client, qui peut comprendre en toute transparence la façon dont on exécute les

tâches », souligne Elodie Aidan Atlan. Le management visuel sert, là aussi, à faciliter la remontée des dysfonctionnements, par mesure des écarts de performance, et à donner une vision directe de la situation au quotidien. Un tableau avec des indicateurs clés (qualité, délai, degré de satisfaction des clients...) et des « smileys » résume l'état du service. Pour les discussions à distance, les équipes de NSN et de l'opérateur utilisent, en complément, un simple fichier Excel lors d'une conférence téléphonique quotidienne d'un quart d'heure. « Cela n'a l'air de rien, mais représente un important gain de temps en reporting aux chefs, en escalade, en panique, etc. », souligne la responsable d'équipe.

Rien de bien révolutionnaire, mais c'est la rigueur avec laquelle on borde les problèmes et les réunions régulières qui aident à entrer dans une logique vertueuse. Les opérationnels développent au fur et à mesure de nouveaux réflexes. « Si on décèle un problème, on corrige tout de suite », relève Elodie Aidan Atlan. Puis, selon la technique des petits pas, les opérationnels règlent les problèmes un à un, en les hiérarchisant et en se basant sur l'approche PDCA (Plan Do Check Act), un processus itératif de résolution de problèmes.

Une philosophie parfois détournée

La démarche est un succès chez Nokia Siemens Networks. En trois ans, l'équipe a diminué par deux le délai de mise en œuvre de ses offres. Mais il ne faut pas minorer les problèmes humains rencontrés au cours de la démarche : difficile, pour les opérationnels, d'exposer les problèmes, « une démarche peu naturelle pour l'homme », souligne Elodie Aidan Atlan.

L'application d'une démarche Lean recèle néanmoins nombre d'écueils, notamment lorsqu'elle est employée à des fins de restructuration. Certains confondent « amaigrissement » et « dégraissage. Il est tentant de l'utiliser dans une logique de « cost-cutting » de bas étage. Force est de constater qu'en la matière, les outils du Lean sont efficaces », prévient Régis Medina, coach Lean pour les projets informatiques chez Operae Partners.

Chez Atos, le Lean figure parmi la dizaine de mesures du plan TOP (Total Operation Performance) lancé en 2008

... par la SSII pour renforcer sa compétitivité. En France, Atos Infogérance a essuyé les plâtres à partir de la mi-2009. Des « vagues » d'une douzaine de semaines chacune se sont succédé de juillet 2009 à octobre 2010 : trois à quatre semaines pendant lesquelles une équipe d'experts réfléchissait à une organisation cible, suivies de sept à huit autres dédiées à la mise en place des nouveaux processus. Dans l'analogie avec le milieu maritime retenue par la SSII, des « skippers » recrutés dans les différentes entités du groupe, accompagnés de « navigateurs » souvent extérieurs à l'entité, ont été chargés de trouver des foyers d'économies dans la partie help desk, le support de proximité ou l'exploitation de systèmes. Résultat : la démarche a rapidement eu des conséquences en termes d'emploi. « *Le premier bilan réalisé par le cabinet Secafi faisait état de chiffres dépassant la centaine de collaborateurs dont le rôle était impacté à la suite du passage des vagues Lean. Des résultats néanmoins contestés par la direction* », souligne Marie-Christine Lebert, coordinatrice syndicale au niveau du groupe Atos. Ce premier bilan révélait également une augmentation de l'absentéisme et des états émotionnels aigus. « *Une deuxième étape de diagnostic, qualita-*

L'AVIS DE L'EXPERT



Régis Medina, coach Lean pour les projets informatiques chez Operae Partners

« Comme le tennis ou la guitare, le Lean s'apprend en le pratiquant »

Le Lean fait partie d'une stratégie d'entreprise qui veut améliorer sa performance. Il repose sur trois piliers : la recherche de l'amélioration de la qualité de service et de la satisfaction client ; la livraison plus rapide de produits et de services, avec une baisse des coûts liée à l'élimination des gaspillages ; le développement et l'implication des opérationnels.

Si l'on oublie un de ces fondamentaux, la méthode sera mal appliquée. Le Lean, c'est aussi l'apprentissage d'une pratique au quotidien, notamment de la méthode Plan Do Check Act, de résolution des problèmes par itération. Comme la guitare ou le tennis, le Lean s'apprend en le pratiquant. En l'occurrence, en résolvant les problèmes sur le terrain.

tive, doit déterminer d'ici à la fin de l'année si ces augmentations sont liées au Lean, ou si elles sont spécifiques au métier ou liées à d'autres événements », relève la déléguée syndicale. Depuis, Atos cherche à mettre en place le Lean dans les métiers d'intégration. Mais le projet a été suspendu, pour délit d'entrave, suite à une action en justice menée par le comité d'entreprise. Tout n'est pas noir, néanmoins. « *Sur Atos Worldline, le Lean est mis en place plus lentement. Et certaines équipes apprécient l'ouverture au dialogue qui leur est proposée* », note Marie-Christine Lebert.

doivent s'achever en 2012. Chez Capgemini, le Lean démarre par une période d'évaluation d'environ douze semaines, au terme de laquelle l'équipe projet détermine les facteurs qui facilitent ou contrarient la livraison du service. La phase est conduite avec l'assistance d'« agents du changement », une quarantaine d'ingénieurs issus de l'entité Application Services et formés à l'animation d'une telle approche. Le chef de projet reste néanmoins l'homme clé qui détermine les leviers d'amélioration pour optimiser la collaboration à distance, le plan de charge, la gestion des compétences, etc. Ici encore, le management visuel est l'outil fétiche utilisé lors d'un point de rencontre quotidien de l'équipe projet. « *La décomposition du chantier est très fine. S'il y a un décalage, le chef de projet voit tout de suite où il se produit* », souligne Bertrand Ghehenne, directeur général adjoint de l'entité Application Services France. Autre outil employé : une matrice de compétences qui, tout au long du projet, aide à mieux évaluer les capacités de chacun et à améliorer le plan de charge prévisionnel. La SSII évoque, sans détailler, « *des gains de productivité significatifs, couplés à un développement commercial chez les clients concernés* ». Le Lean a également induit des changements positifs : la gestion de projet est désormais assurée sur un rythme quotidien plutôt qu'hebdomadaire, et le décloisonnement de certains chantiers permet une meilleure rotation des opérationnels. ■ OLIVIER DISCAZEUX

À SAVOIR

Les conditions du succès

- ▶ **Éviter** d'aborder le Lean sous l'angle de la seule réduction des coûts et des effectifs pour gagner en productivité.
- ▶ **Ne pas confondre** Lean et Business Process Reengineering. Les experts du changement sont les opérationnels eux-mêmes, et non des consultants extérieurs.
- ▶ **Impliquer** le management intermédiaire, seul garant de la pérennité de la méthode.
- ▶ **Veiller** à l'appropriation de la démarche par les équipes grâce au choix des bons indicateurs et outils.
- ▶ **S'astreindre** à visualiser les problèmes quotidiennement.
- ▶ **Prendre son temps.** L'appropriation de la démarche à l'échelle d'une entreprise prend généralement plusieurs années.

MESSAGERIE Comment se débarrasser des pourriels dans les boîtes locales et sur le réseau

Le centre hospitalier de Lavaur filtre ses messages dans le cloud

Pour juguler l'inflation des spams dans sa messagerie électronique interne, le centre hospitalier de Lavaur fait filtrer ses messages entrants par un prestataire externe. Situé dans le Tarn, le site est équipé d'un serveur Exchange desservant 250 postes de travail, destinés au personnel soignant, médical et administratif. « Il y a trois ans, le flux de spams entrants s'élevait en moyenne à 40 par jour et par utilisateur », explique Thierry Bily, responsable informatique. Outre le risque de saturation des boîtes aux lettres, ces courriels indésirables pesaient sur l'engorgement du réseau interne. Les logiciels antispam installés, d'origine Trend Micro, n'avaient qu'en partie endigué les flots de pourriels et ne résolvait pas le problème de la bande passante.



Chacun des 250 postes de travail du centre hospitalier recevait jusqu'à 40 pourriels par jour.

L'ENTREPRISE

CENTRE HOSPITALIER DE LAVAU (TARN)

Activité : établissement de santé (600 lits et places).

Effectif : 50 médecins, 600 soignants, et 70 administratifs.

LE PROJET

Problème : limiter l'afflux de spams sur le réseau et les postes de travail.

Solution : filtrage externe antispam des courriels entrants en mode SaaS via le prestataire Vade Retro, avant leur réexpédition sur le serveur de l'hôpital.

Se débarrasser d'une tâche technique non cœur de métier

Après avoir envisagé un filtrage plus fin à partir d'appliances internes, l'hôpital s'en remet à un prestataire externe. Le Français Vade Retro lui garantit un filtrage déporté de tous ses courriels entrants, qui sont ensuite réinjectés en flux SMTP sur le serveur Exchange interne, expurgés des pourriels envahissants. En plus d'éliminer le trafic lié au spam sur le réseau in-

terne, ce déport permet de récupérer les e-mails archivés par le prestataire en cas de panne du serveur Exchange. Le contrat annuel signé avec Vade Retro s'élève à quelques milliers d'euros. « En optant pour le mode SaaS (Software as a Service), nous avons supprimé un niveau technologique à gérer en interne. Non seulement les éléments de sécurité sont hors de notre métier, mais en plus ils peuvent s'avérer coûteux, en termes de temps, à déployer et à gérer », souligne Thierry Bily.

« Le taux de 100 % de spams filtrés n'existe pas, même si nous avons éradiqué ceux qui sont répertoriés comme tels », explique le responsable informatique. En revanche, les utilisateurs continuent de recevoir les courriels commerciaux. Ceux-ci représentent, en moyenne, une volumétrie de trois à quatre messages par jour. C'est un choix délibéré : « Notre prestataire nous a proposé une option pour les éliminer, mais nous préférons ne pas les filtrer », commente Thierry Bily. ■ **FRÉDÉRIC BERGÉ**

INGENIERIE NUMERIQUE

« ENTRE RUPTURES TECHNOLOGIQUES ET PROGRES ECONOMIQUE ET SOCIAL »

25 NOVEMBRE 2011

de 9h15 A 18h00

CESE, 9 place d'Iéna - 75016 Paris

Inscription obligatoire : <http://www.academie-technologies.fr>



FINANCE Volkswagen Bank gère mieux ses impayés grâce à un logiciel de gestion des contacts

Le recouvrement de créances passe au pilotage automatique

Au travers de sa filiale Volkswagen Bank, le constructeur automobile aide ses clients à acheter ses produits avec des offres de financement. A savoir du crédit-bail, de la location longue durée, du leasing, etc. Mais qui dit crédits, dit impayés. « En 2010, nous observons une augmentation de 20 à 25 % de notre portefeuille clients. Mécaniquement, les impayés ont progressé, de l'ordre de 5 à 10 % », explique Marc Pazos, chef du département recouvrement chez Volkswagen Bank France. Une croissance que ce service, composé de 16 personnes, avait beaucoup de mal à gérer, en raison du manque d'ergonomie des outils informatiques existants. En effet, pour effectuer le recouvrement, les agents tentent de contacter les débiteurs par différents moyens (courrier, téléphone, courriel, SMS), afin de les convaincre à l'amiable de payer leurs dettes. Toute la difficulté consiste à joindre la bonne personne



En France, Volkswagen octroie 60 000 crédits auto par an.

termes de création et d'intégration. Son logiciel Altitude uCI nous a permis de partir d'une feuille blanche pour conceptualiser les écrans d'interface », se souvient Marc Pazos.

Le projet démarre fin août 2010. Quatre mois plus tard, la plate-forme est en production. La définition des besoins a nécessité près d'un mois de travail. Ensuite ont commencé les développements des fonctionnalités, réalisés par Easyphone avec l'aide des équipes de Volkswagen Bank. Les procédures de sécurité étaient particulièrement

strictes : au niveau du réseau, chaque ouverture de port ou création de réseau virtuel (VLAN) devait d'abord être approuvée par les administrateurs de la maison mère allemande, avant de pouvoir être réalisée. Ce qui représentait une difficulté supplémentaire dans la coordination du projet.

Un algorithme prédictif qui anticipe les appels

Mais le jeu en valait la chandelle. La solution déployée automatise une grande partie des tâches courantes, et notamment la gestion des appels. Le logiciel appelle directement les débiteurs, en fonction des échéances du crédit, du niveau de risque de l'impayé, des disponibilités, etc. L'agent n'a plus besoin d'extraire au préalable les informations du client ; il lui suffit désormais de prendre l'appel proposé et de lire la fiche correspondante. « Notre logiciel dispose d'un algorithme prédictif capable d'anticiper la fin de la conversation et d'appeler, lorsque l'agent est encore en ligne, les prochains contacts. Ce qui permet de maximiser le taux d'occupation », détaille Abderhamane Mekhiche, ingénieur commercial chez Easyphone.

Autre confort d'utilisation : Altitude uCI autorise un accès direct à certaines des fonctionnalités du logiciel de gestion de contrats de financement Ekip. Les agents peuvent ainsi rapidement consulter certaines informations détaillées et effectuer des mises à jour. « Les écrans d'interface contiennent la quasi-totalité des éléments nécessaires au travail de recouvrement », souligne Marc Pazos.

Même s'il est encore trop tôt pour tirer un bilan complet du projet, le chef du département recouvrement constate que la plate-forme a permis d'absorber la nouvelle charge de travail, tout en préservant le niveau de performance et de qualité. En effet, alors que les impayés ont augmenté, le taux de recouvrement est resté identique. ■

GILBERT KALLENBORN

Volkswagen Bank a pu absorber l'augmentation de la charge de travail, à performance égale

au bon moment. Jusqu'alors, pour réaliser leurs relances, les agents s'appuyaient uniquement sur un progiciel de gestion des crédits, qui rassemble toutes les informations des clients : contacts, montant du crédit, hauteur des impayés, niveau de risque, nombre de relances effectuées... Mais extraire ces données n'était pas simple et prenait du temps. De plus, le système obligeait à exécuter manuellement les opérations courantes telles que la composition des numéros ou la saisie des appels. Pour améliorer la productivité et le confort d'utilisation, l'entreprise se met donc en quête, fin 2009, d'un logiciel de gestion de contacts. Deux fournisseurs retiennent son attention : Easyphone et Vocalcom. Finalement, Volkswagen Bank signe avec le premier. « Ce qui me plaisait chez ce fournisseur, c'était le degré de liberté en

L'ENTREPRISE

VOLKSWAGEN BANK FRANCE

Activité : services de financement pour les clients et les distributeurs du groupe Volkswagen.

LE PROJET

Problème à résoudre : automatiser la gestion quotidienne du recouvrement, comme la composition des numéros, la saisie des appels ou la gestion administrative des débiteurs.

Solution déployée : logiciel de gestion de centre de contact Altitude uCI d'Easyphone, intégré au système d'information interne.

COMMUNICATIONS Spie Batignolles Nord choisit la ToIP pour ses installations fixes et mobiles

Accélérer le démarrage de chantiers grâce à la téléphonie sur IP

C'est à l'occasion du déménagement de son siège que le groupe de construction Spie Batignolles Nord décide de passer à la téléphonie sur IP (ToIP). Pour ce projet, il retient Andrexen. « L'objectif était de rendre l'utilisateur autonome dans la gestion de la téléphonie », explique Sébastien Vanneville, responsable informatique du groupe. Les collaborateurs, amenés à se déplacer au milieu de bureaux partagés, devaient pouvoir retrouver leur configuration téléphonique sans l'assistance du service informatique. Un autre enjeu était de doter les nouveaux arrivants d'outils de communication en un temps record de trois minutes.

Enfin, le déploiement de la ToIP répondait également à un besoin propre à son métier. Sur chaque chantier, l'entreprise de construction déploie des « bases vie », des infrastructures

« Aujourd'hui, en trois clics, on met en route l'infrastructure de télécommunications d'un site »

éphémères qui accueillent jusqu'à une trentaine de personnes en fonction des différentes phases de la construction. Les besoins en téléphonie varient au même rythme. « La ToIP nous a permis



Pour son nouveau siège, à Marquette-lez-Lille (59), Spie Batignolles Nord a revu toute sa téléphonie.

de réduire le temps de mise en service de ces bases, explique Sébastien Vanneville. Il y a encore deux ans, nous faisons une réunion préalable pour prévoir l'infrastructure nécessaire. Aujourd'hui, en trois clics, je mets en route un site. Notre seule préoccupation est d'avoir un lien SDSL ou ADSL sur le chantier », ajoute-t-il.

Réduire cette phase de mise en route des sites est important d'un point de vue budgétaire, car elle ne présente aucune valeur ajoutée. Sur le plan pra-

L'ENTREPRISE
SPIE BATIGNOLLES NORD
Activité : construction d'ouvrages et de bâtiments.
Effectif : 837 personnes.
CA 2010 : 143 M€.
LE PROJET
Problème : moderniser la gestion de la téléphonie aussi bien au siège que sur les chantiers.
Solution : téléphonie sur IP d'Andrexen.

tique, les chantiers démarrent plus rapidement. Les équipes de production bénéficient, elles, de fonctionnalités avancées comme le fax-mail, le click to call, l'intégration de la boîte vocale avec la messagerie électronique, etc.

Gagner du temps... et de l'argent

Outre le gain en temps d'exploitation, l'atout de cette solution est également financier : « La location mensuelle, hors financement, coûte moins de 7 euros par poste, maintenance incluse pendant cinq ans, contre une douzaine d'euros auparavant », a calculé Sébastien Vanneville. ■ EDDYE DIBAR

LE
DSI
DE L'ANNEE
2 0 1 1

Mercredi 7 décembre 2011 - PAVILLON CAMBON

Un numéro spécial de 01 Business & Technologies sera dédié à cet événement incontournable, le 8 décembre prochain.

Pour toute demande, contacter l'équipe commerciale au : 01 71 18 53 37



INTERVIEW

« Le marketing web est une discipline faussement simple »

SERGE ROUKINE, entrepreneur web et chargé de cours à l'École de management de Grenoble, vient de publier un ouvrage sur le marketing web, une pratique qui, en France, reste encore assez souvent approximative, voire méconnue.

Pourquoi avoir écrit un manuel sur le marketing web ?

SERGE ROUKINE : L'avantage du web, c'est que tout y est plus simple. On peut aisément y monter son commerce ou créer sa start up. C'est vraiment ouvert. Le vrai problème, c'est la promotion : elle semble facile, ce qui est faux. Sur Facebook ou Google, tout est fait pour pouvoir bâtir une campagne en quelques minutes. Qui sera peu efficace si elle n'est pas préparée, et attirera des gens venus par hasard... Il faut donc apporter des connaissances aux responsables marketing web qui, pour la plupart, n'ont pas appris cette discipline dans le cadre de leur formation, mais sur le tas.

Les directeurs marketing ne connaissent donc rien au web ?

SR : Leur niveau s'avère très inégal. Certains d'entre eux sont très en pointe, d'autres pas du tout. Dans les sociétés du CAC 40, c'est parfois un peu poussiéreux. Parmi les erreurs généralement constatées, on note le manque d'objectifs et de ciblage. Les responsables marketing se lancent

sur le web sans vraiment se demander ce qu'il peut leur apporter : de la notoriété ? Des ventes ? Des leads ? On constate aussi un manque de connaissance dans la mesure de la performance. Sur internet, tout se mesure, encore faut-il savoir comment. Le métier du marketing web étant devenu rapidement très technique, cela peut rebuter, mais il ne faut pas se laisser effrayer.

Quel est l'aspect le plus difficile de ce type de marketing ?

SR : Trouver la bonne stratégie parmi les nombreuses manières de diffuser la publicité : vidéo, réseaux sociaux, affiliation, affichage... Pour choisir, il apparaît indispensable de savoir évaluer les points forts et les

points faibles de chaque canal au regard de son activité. Passer par des comparateurs de prix n'a de sens que pour un site d'e-commerce. L'affiliation, quant à elle, nécessite d'avoir une marque déjà reconnue et d'investir du temps dans l'animation du réseau d'affiliés.

Qui a la main sur la publicité ?

SR : Google, Facebook et Yahoo-Microsoft sont les trois régies dominantes sur le web. Cette concentration n'est pourtant pas négative, car elle ne génère pas d'entente sur les prix et permet d'accéder rapidement à une audience importante. Il existe aussi des milliers d'autres régies qu'il ne faut pas négliger, car elles sont capables d'atteindre des cibles qu'on ne peut pas toucher par l'intermédiaire des trois régies dominantes. C'est le cas de certains grands portails, celui d'Orange, par exemple.

Comment voyez-vous l'évolution du marketing web ?

SR : Les canaux de la vidéo et du mobile deviendront de plus en plus importants. Le fait que Google ait investi dans YouTube et Android n'est pas un hasard. Quant aux réseaux sociaux, ils forment un média très prometteur, pour lequel beaucoup de choses restent à inventer. De manière générale, le marketing web sera de plus en plus « intelligent », c'est-à-dire précis et performant.

Quels conseils donneriez-vous à quelqu'un qui démarre dans ce domaine ?

SR : D'abord, de ne pas se lancer dans des campagnes avec des budgets élevés. Le marketing web reste une discipline empirique, où il vaut mieux commencer petit, en faisant des tests. Ensuite, de bien connaître les internautes qu'il souhaite cibler : qui sont-ils ? Quels sont leurs goûts ? Où vont-ils ? Enfin, il faut également avoir réfléchi au produit proposé : Quels sont ses bénéfices ? Comment les clients l'utilisent-ils ? Etc. ▣

PROPOS RECUEILLIS PAR
GILBERT KALLENBORN

BIO EXPRESS

36 ans. Ingénieur.

De 2000 à 2009 : responsable marketing et commercial chez Teltec et GE Energy, puis directeur marketing d'Alstom Power.

De 2010 à 2011 : directeur web analytics d'une agence de marketing digital.

2006 : création de codeur.com.

2011 : *Réussir son marketing web* (19 éditions).



RENCONTRE MATTHIEU LAUDEREAU, directeur associé de ConvictionsRH

Un ingénieur passionné par les ressources humaines

A l'issue de son stage de fin d'études d'ingénieur effectué chez Pinault Printemps Redoute (PPR), Matthieu Laudereau est embauché. Sa mission : développer les intranets du groupe et des enseignes Rexel, Fnac, Printemps, Finaref, etc. Chef de projet, il travaille sur les spécifications techniques et fonctionnelles de la solution mutualisée de gestion du contenu web et s'intéresse à la mise en place d'un outil de travail collaboratif. « *On est en 2001, et mon idée est de créer, sur les intranets, des espaces projets pour que les collaborateurs travaillent en mode matriciel.*

« Pendant mes études, je m'étais frotté aux RH en montant une agence web »

Avant-gardiste en matière de nouvelles technologies, le groupe PPR avait déjà le souci d'instaurer une dimension de travail collaboratif pour accroître l'interactivité et réduire le volume de courriels à traiter », se souvient-il. Au cours de ce projet, il côtoie le service des ressources humaines et découvre son intérêt pour cette activité.

Ce goût se confirme un an plus tard, dans le cadre de sa mission de chef de projet intranet chez Carrefour France, où il met en place un programme de conduite du changement. Il accompagne près de 2 000 utilisateurs dans la prise en main des intranets des franchisés (Shopi, 8 à huit et Marché +). En 2004, le déclic s'opère lorsqu'il développe, pour le compte de la DRH groupe, des projets concernant la gestion des carrières, des plans de succession, de l'e-recrutement et du collaboratif. Le chantier inclut un intranet d'autoévaluation des dirigeants. « *Cette immersion dans les technologies de gestion RH m'a aidé à acquérir des compétences, notamment en matière de paie et de gestion de la formation et de la rémunération* », détaille-t-il.

Chez Carrefour, Matthieu Laudereau rencontre Jean-Marc Froment, Thomas



Matthieu Laudereau capitalise sur sa double compétence en informatique et ressources humaines.

SES CONSEILS

- ▶ Avoir une forte propension à mobiliser les gens autour d'un projet.
- ▶ Etre à l'écoute et proche de ses équipes.
- ▶ Préserver du temps pour innover et intégrer une dimension prospective dans son métier.

SON PARCOURS

- De 1995 à 2001 :** Isen, Lille.
- De 2001 à 2004 :** chef de projet chez PPR, puis chez Carrefour France.
- De 2004 à 2006 :** responsable SIRH et communication au sein du Groupe Carrefour.
- Depuis 2007 :** directeur chez ConvictionsRH.

Estadieu et Jean-Pierre Beylat, des spécialistes RH. Tous trois veulent créer un cabinet de conseil spécialisé en RH et en systèmes d'information de gestion des RH (SIRH). Séduit par le projet, il quitte son poste de responsable SIRH et communication chez

Carrefour et rejoint ConvictionsRH en 2007. « *Pendant mes études, je m'étais frotté à l'entrepreneuriat et à la gestion des hommes, en montant une agence web.* » En s'associant au projet, il renoue avec sa fibre d'entrepreneur.

Le choix d'une démarche proactive

Aujourd'hui, il ne regrette pas son choix. « *L'accélération de l'évolution de la fonction RH est passionnante. Beaucoup de choses restent à faire, surtout dans les organismes publics et les collectivités territoriales. Les DRH ne peuvent plus se contenter d'une fonction support et faire l'économie de revoir leurs missions.* » Selon lui, ils doivent initier des opérations pour motiver les collaborateurs, tout en optimisant la productivité des activités administratives. Ce n'est qu'à ce titre qu'ils deviendront de véritables « HR Business Partners ». ■

JULIETTE FAUCHET

Signature partielle du traité Acta

Le 4 octobre, huit pays ont signé un accord international anti-contrefaçon, dit traité Acta. En revanche, l'Union européenne, la Suisse et le Mexique, qui ont également participé aux négociations, n'ont pas encore accepté le texte. L'objectif affiché du traité est d'améliorer la coopération internationale et de convenir de standards internationaux efficaces pour faire respecter les droits de propriété intellectuelle. Le communiqué des pays signataires (en anglais) est en ligne sur <http://goo.gl/PmVyM>.

Logiciel libre et appel d'offres

Le Conseil d'Etat a décidé, le 30 septembre, qu'une collectivité locale pouvait imposer un logiciel aux candidats à un marché de service pour la mise en place d'une plate-forme numérique, dans la mesure où ce logiciel était « librement et gratuitement modifiable et adaptable aux besoins de la collectivité par toute entreprise spécialisée dans l'installation de logiciels supports d'espaces numériques de travail ».

Rémunération pour copie privée

Un projet de loi adopté en première lecture prévoit l'ajout d'un nouvel article (L.311-4-1) au Code de la propriété intellectuelle. Il préciserait que le montant de la rémunération pour copie privée doit être porté à la connaissance du consommateur, lors de la mise en vente des supports d'enregistrement. Le texte généralise la solution retenue par un arrêt de la Cour de cassation du 27 novembre 2008. Celui-ci considère qu'il appartient aux sites internet étrangers commercialisant un support soumis à rémunération pour copie privée, d'informer le consommateur français sur son obligation de s'acquitter de cette rémunération, qui « n'était pas sans incidence sur le prix de vente des produits en cause ». A lire sur <http://goo.gl/ZTtmD>.

JURIDIQUE



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

L'accès à l'intranet pour tous les syndicats ?

Le fait : dans un arrêt du 21 septembre dernier, la Cour de cassation précise que les dispositions d'un accord collectif visant à faciliter la communication des organisations syndicales ne peuvent être limitées aux seuls syndicats représentatifs.

La faculté, pour les syndicats, de faire usage, dans la société, des technologies de l'information pour leurs communications a été longtemps incertaine. En 2004, le législateur a introduit dans le Code du travail un article (L.2142-6) qui prévoit qu'un accord d'entreprise peut autoriser la mise à disposition des publications et des tracts de nature syndicale soit sur un site dédié mis en place sur l'intranet, soit par diffusion sur la messagerie électronique. Il s'agit donc d'une simple faculté, soumise à l'accord de l'employeur.

Modalités précisées dans l'accord d'entreprise

Lorsque cet accord existe, il doit définir les modalités de la mise à disposition sur l'intranet ou de la diffusion par la messagerie ; et préciser notamment les conditions d'utilisation de ces outils par les syndicats, ainsi que les règles techniques visant à préserver la liberté des salariés d'accepter ou de refuser un message. La question s'est alors posée de savoir si un tel accord devait bénéficier à tous les syndicats ou aux seules associations représentatives, c'est-à-dire celles répondant à certains critères fixés par le Code du travail et ayant obtenu 10 % des suffrages exprimés.

En mai 2010, la cour d'appel de Paris avait retenu, en se fondant sur le principe d'égalité, que tous les syndicats de l'entreprise – en l'occurrence une SSII –, y compris ceux qui ne sont pas représentatifs, devaient bénéficier de l'accord collectif prévoyant la diffusion de l'information syndicale via le réseau intranet de la société.

Principe d'égalité pour les syndicats non représentatifs

Les syndicats non représentatifs avaient notamment fait valoir que la possibilité d'accéder à ce moyen de communication était déterminante dans la perspective des élections qui précèdent justement l'audience des organisations et donc leur représentativité. Le 21 septembre, la Cour de cassation a confirmé la décision de la cour d'appel au motif « qu'en vertu des articles L.2142-3 à L.2142-7 du Code du travail, l'affichage et la diffusion des communications syndicales à l'intérieur de l'entreprise sont liés à la constitution d'une section syndicale, laquelle n'est pas subordonnée à une condition de représentativité ». ■

CHRISTIANE FÉRAL-SCHUHL

CE QU'IL FAUT RETENIR

Dès lors qu'une section syndicale a été constituée, le syndicat concerné doit bénéficier des mêmes conditions d'utilisation de l'intranet ou de la messagerie électronique de l'entreprise pour la diffusion des communications syndicales que celles offertes aux autres syndicats représentatifs au titre d'un accord d'entreprise.

Trop de politiques sont débranchés en France. Sans doute un conflit de génération pour une population dont l'âge moyen avoisine les 59 ans. P. 36

14 % des femmes ingénieurs se dirigent vers le numérique. C'est le secteur le plus convoité. P. 36

Les brevets mettraient l'innovation en danger. Les grandes entreprises seules peuvent acheter leur sécurité juridique. P. 37

MOBILITÉ VIRGINIE LAZÈS, directrice associée chez Bryan, Garnier & Co.

Amazon vs Apple, la future guerre des tablettes ?

Apple reste l'acteur dominant du secteur des tablettes, qu'il a inventé, avec une part de marché de 70 % des ventes mondiales au deuxième trimestre 2011.

Samsung, avec ses 7 %, cherche désespérément à s'y immiscer, mais le couple prix-produit et l'absence d'innovations majeures ne donnent pas beaucoup de raisons à l'utilisateur de préférer la copie à l'original. De son côté, HP a jeté l'éponge avant l'été en annonçant l'arrêt de la fabrication de ses Touchpad. Archos fournit de très beaux produits, mais semble voué à conserver son rôle d'acteur confidentiel. Et la décision du gouvernement français de faciliter l'accès des étudiants aux tablettes en en « sponsorisant » l'acquisition avec un abonnement à la 3G et en ciblant uniquement Apple et Samsung contribue à l'enclavement d'un acteur qui ne mérite pas tant d'ostracisme, et qui, avec courage, lance sa propre offre sponsorisée avec Bouygues Telecom.

Le Kindle Fire, un outil à bas prix

Conscient de la difficulté de détrôner Apple et sensibilisé à l'urgence d'occuper le terrain, Amazon tente, avec le Kindle Fire, une stratégie différenciante. Il propose une tablette ultrasimple à un prix imbattable (199 dollars), dont le magasin d'applications paraît ridiculement vide, mais disposant d'un accès à l'ensemble des contenus de l'univers Amazon. L'Américain entend bien rester le leader mondial de la distribution de produits dématérialisés et non pas fabricant de hardware. Le Kindle Fire ne prétend pas rivaliser avec l'iPad,



« La marge d'Amazon se fera sur la distribution des contenus et non sur les ventes de son Kindle Fire »

ses fonctionnalités sont minimalistes (écran plus petit, mémoire et capacité de stockage moins performantes), mais est un support numérique portable permettant de lire des contenus digitaux dans un contexte de mobilité. Amazon croit évidemment à son concept de tablette, défini dans Wikipédia de la manière suivante : « *Le terme se réfère aussi à un périphérique de type ordinateur, utilisé au premier chef avec un écran tactile, mais ne prévoyant pas de faire fonctionner des applications ou des systèmes d'exploitation dédiés au*

PC. » Alors oui, le Kindle Fire est une tablette. Mais sur le segment à bas coûts, attirant des utilisateurs peu enclins à dépenser les 400 ou 500 dollars de l'iPad et se moquant du branding. Le succès inattendu remporté cet été par HP dans son opération de destockage visant à écouler ses tablettes Touchpad au prix de 99 dollars l'a montré.

Pari double pour Amazon

Pour Amazon, les ventes de Kindle Fire ne sont pas une fin en soi, mais un moyen de développer les ventes de produits culturels en ligne. Car sa marge proviendra davantage de la distribution des contenus que de la vente des tablettes ; la première se commercialisant toutefois à des prix inférieurs à ceux de la fabrication des secondes. Et les premiers résultats ne se font malheureusement pas attendre : alors même que les préventes de Kindle Fire sont un succès et qu'Amazon a dû accroître de plusieurs millions ses prévisions de production pour la fin de l'année, les investissements en achat de droits et de cloud computing pour optimiser le service de téléchargement sur Kindle ont, entre autres, pesé sur le résultat net d'Amazon au troisième trimestre 2011, en baisse de 73 %. Une chute qui a fortement désemparé les analystes et les investisseurs qui suivent Amazon. Ainsi, l'offensive de l'e-commerçant sur le marché des tablettes – oser se frotter au leadership d'Apple et impacter (momentanément ?) l'efficacité éprouvée de son modèle – apparaît-elle doublement courageuse. ■ VIRGINIE LAZÈS

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

Nos politiques débranchés

Didier Géneau, grand reporter

Quelle sera la place du numérique dans la campagne présidentielle ? Pour l'heure, tout porte à croire qu'elle sera inexistante. Certes, la bataille électorale commence tout juste. Mais que ce soit dans les débats de la primaire socialiste ou dans les déclarations de la majorité actuelle et des candidats alternatifs, rien ou presque sur les technologies

numériques. Sur le sujet central de l'école, par exemple, quels politiques évoquent le rôle des nouvelles technologies qui permettraient de préparer nos enfants au monde de demain ? Sur tous les autres thèmes au cœur du débat politique (compétitivité économique, emploi, renouvellement de la vie citoyenne) et quelle que soit l'option défendue, le numérique pourrait être un levier de transformation ou d'efficacité supplémentaire. Et pourtant, pour nos politiques, les enjeux du numérique se cantonnent à Hadopi. Bravo en tout cas aux maisons de disques et aux lobbies culturels d'avoir su attirer l'attention de nos dirigeants. Pour leur part, les autres représentants du monde numérique (éditeurs logiciels,

« Les députés français parmi les élus les plus vieux d'Europe »

acteurs d'internet, SSII, chercheurs...) se désespèrent aujourd'hui de trouver une oreille attentive à leurs propositions. Les raisons de ce blocage ? L'idée que les nouvelles technologies sont synonymes de destruction d'emploi ? Parce que le numérique est un thème moins payant médiatiquement que de caresser le dos d'une vache ? Beaucoup, comme

Gilles Babinet, du Conseil national du numérique, évoquent l'âge de nos politiques. Avec une moyenne de 59 ans, l'Assemblée nationale actuelle est effectivement la plus âgée de toute l'histoire de la cinquième république, et nos députés les plus vieux d'Europe. Gardons-nous toutefois des dérives de jeunisme, car dans la vie de tous les jours, des septuagénaires sont devenus en quelques mois de vrais experts du web ou de la téléphonie mobile. Mesdames Messieurs les politiques, faites un effort, regardez le monde autour de vous ! ■



Ingénieuses ingénieures

Armelle Siccat, journaliste

Si vous êtes une femme ingénieur, félicitations, vous êtes un être rare et convoité. Vous avez sans nul doute remarqué, durant vos études, que vous étiez peu nombreuses, mais savez-vous en quelle proportion ? En 2008, 39 % des élèves en terminale S étaient des jeunes filles. Il n'est pas question de capacités, puisque 31 % des filles reçues au bac cette année-là l'ont obtenu avec mention bien ou très bien, contre 25 % des garçons. La bascule a lieu plus tard. Vous n'étiez plus que 30 % en classes prépa-

ratoires aux grandes écoles scientifiques, et plus que 17 % à obtenir un diplôme d'ingénieur en 2009⁽¹⁾. Pourtant, les entreprises IT sont à votre recherche. Ainsi, en 2011, le numérique est le premier secteur d'emploi des ingénieures, recrutant 14 % de toutes les diplômées, contre 11 % dans l'agroalimentaire et 10 % dans la chimie. Malgré votre rareté, les disparités de rémunération entre hommes et femmes persistent à hauteur de 26 % en

« Dans les télécoms, la parité salariale est une réalité »

moyenne. Mais encore une fois, le numérique est le secteur où l'on observe les écarts salariaux les plus réduits (12 %). Les plus clairvoyantes d'entre vous auront choisi les télécoms, qui cumulent le niveau de rémunération le plus élevé (58 000 euros annuels) et la quasi-parité salariale, avec un écart d'un point seulement !⁽²⁾ La féminisation n'augmentera qu'en incitant dès l'école les filles à embrasser la carrière d'ingénieur. Des initiatives privées sont à souligner : Orange expérimente le shadowing consistant à faire

passer à une lycéenne une journée de travail dans l'ombre d'une femme ingénieur ; et les associations Pasc@line et Elles bougent mènent l'opération Tu seras ingénieure ma fille. Car rien n'est encore fait par le politique pour renverser la tendance. Ce sont donc vous, ingénieures, qui montrez la voie à nos filles, afin qu'elles prennent un jour les commandes, telle Virginia Rometty, prochaine CEO d'IBM, qui a débuté en 1981 comme ingénieure système ! ■

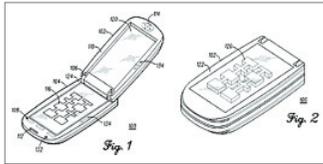
(1) Chiffres du ministère de l'Éducation nationale.
(2) « Etude mutationnelles 2011 », Global Contact/Orange.



ON EN PARLE DANS LES BLOGS

Les brevets freinent-ils l'innovation ?

La synthèse. Sur un produit technologiquement aussi avancé qu'un téléphone mobile, des centaines, voire des milliers de brevets entrent en jeu. Dans ce contexte d'incertitudes sur la propriété intellectuelle, la solution consiste à acquérir des portefeuilles de brevets. « *Ce qui permet de menacer les concurrents tout autant*



qu'ils vous menacent, et ainsi de conclure des accords. » Tel était le principal enjeu du rachat record de Motorola Mobility par Google, en août dernier. Mais seules les grandes entreprises ont les moyens d'acheter leur sécurité juridique, écartant de la compétition les nouveaux entrants. Dans les années 80, le secteur

des nouvelles technologies était moins soucieux de protection, favorisant ainsi des avancées considérables (notamment l'essor d'internet), qui ne seraient peut-être plus possibles aujourd'hui.

Un texte de la revue de Paris Tech
(ensemble de 12 grandes écoles)

<http://goo.gl/SnR7l>

Comment créer une expérience numérique en magasin

La synthèse. Navigation, recherche, achat en ligne... les consommateurs ont rapidement intégré les comportements du « digital ». Au-delà du « on line to store » – le fait d'attirer le trafic du site web en boutique –, ils attendent aussi de vivre une expérience numérique une fois en magasin. C'est tout le sens des murs d'écrans interactifs d'Adidas ou de la

composition en ligne du burger idéal chez 4Food. A cet égard, la technologie sans contact NFC constitue une opportunité pour les marques de capter le chaland, de lui proposer des promotions, et de le fidéliser. Le marketing s'en trouve aussi modifié. Une étude sur la vente de PC chez Carrefour montre que la moitié des ventes générées par des campagnes

marketing était directement liée à la force digitale. Soit des résultats deux fois supérieurs au marketing traditionnel.

Une analyse de Pascal Adam,
responsable communication commerciale
on line chez France Télécom

<http://goo.gl/Xzl8J>

Les développeurs viennent de Vénus et les testeurs de Mars

La synthèse. Développeurs et testeurs ne parlent pas la même langue. Les premiers parlent de fichier, de classe et de code ; les seconds, de cas de test, de besoin métier et de scénario fonctionnel. Cette difficulté de communication entraîne une inefficacité des processus de test. Les « releases notes » sont censées faire état des évolutions. Or leur contenu est soit trop technique pour les testeurs,

soit trop général, soit juste déclaratif (et jugé peu fiable). Leur utilité est donc plus que contestable « *Impossible, alors, de diriger la stratégie de test vers les risques... ou bien avec une confiance limitée.* » Pour améliorer cette situation, il convient d'avoir une vision métier afin de connaître les changements et leurs impacts, et de faire de l'efficacité des tests une composante centrale.



Un billet de Marc Rambert,
président
de Kalistick,
éditeur
de solutions
de testing

<http://goo.gl/TgsHV>

LE BUZZ SUR OINET-ENTREPRISES



Immigration : les refus de visas se multiplient en SSII



Emploi. Depuis mai, les SSII essuient un nombre croissant de refus d'autorisations de travail concernant des informaticiens issus du Maghreb. Une situation qui fait réagir les « OInaute ». Pour JoeyT, « *tous les autres pays font de même* » et aller travailler hors de l'Union européenne relève du parcours du combattant. Il faut cesser « *le pillage organisé des cerveaux* » qui spolie la Tunisie et le Maroc, estime

Paul. Comme au Canada, imposons des salaires minima élevés afin d'éviter le dumping, plaide, lui, Fafaino. Pour un ex-salarié d'Altran, l'émoi des SSII tient dans le fait que, faute d'embaucher des étrangers, elles devront augmenter les salaires pour attirer les candidats.

<http://goo.gl/GdavR>

DOSSIER

ILS AURAIENT DÛ EN ÊTRE

Les frères Charle ont revendu au groupe Casino, en janvier 2011, la participation qu'ils possédaient encore dans Cdiscount, le distributeur en ligne de produits culturels qu'ils avaient fondé en 1998. Le produit de la vente (soit 18,6 % du capital) s'est élevé à 280 M€.

IL EN FERA BIENTÔT PARTIE

Jean-Baptiste Rudelle est le fondateur de Criteo, une start up en plein essor, spécialiste de la publicité contextuelle sur le web. Jusqu'à l'an dernier, ses revenus étaient quasi inexistantes. Cette année, elle explose ses ventes et devrait réaliser un chiffre d'affaires de 144 M€ en 2011 !



59 Md\$

L'entrepreneur high-tech le plus riche du monde s'appelle... Bill Gates (59 Md\$). Il est suivi de Larry Ellison (33 Md\$), de Jeff Bezos (19 Md\$) et de Mark Zuckerberg (17 Md\$).

ESTOCK

50 fortunes IT

01 ÉTABLIT LE PREMIER CLASSEMENT DES ENTREPRENEURS DU NUMÉRIQUE LES PLUS RICHES



1^{er}
3 150 M€

Xavier Niel ILIAD-FREE

Plus besoin de présenter Xavier Niel, le trublion de l'internet français. Grâce au succès de Free, cet autodidacte libertaire est désormais la douzième fortune professionnelle de France. Son hobby ? Soutenir la presse française en devenant actionnaire de référence de nombreux médias, dont *Le Monde* et le site Mediapart.

Le numérique bouscule le milieu des affaires français. A l'image d'un Xavier Niel, autodidacte désormais au 12^e rang des Français les plus riches et première fortune du numérique. Les entrepreneurs des technologies de l'information bâtissent en quelques années un patrimoine que d'autres ont mis des générations à constituer. Que ce soit dans le logiciel, l'électronique, les services informatiques ou l'internet, les 50 fortunes IT présentées ici ont toutes en commun le goût d'entreprendre.

LES BUSINESS ANGELS

Nombre d'entrepreneurs IT enrichis se reconvertissent dans le capital-risque et misent sur des start up françaises. Parmi ces investisseurs avisés, Bernard Liautaud (Business Object), Pierre Chappaz (Kelkoo), Pierre Kosciusko-Morizet (Priceminister)...

LA NOUVELLE VAGUE

Dans quel secteur IT investir pour devenir riche ? Dans celui du jeu en ligne, en pleine explosion. Utilisant le levier de croissance des réseaux sociaux et la réputation des Français dans ce secteur, Ankama, Kobojo ou Freshplanet connaissent des croissances exponentielles.

IL EST PARTI AILLEURS

Georges Cohen, fondateur de la SSII Transiciel, l'a revendue en 2003 à Capgemini. Il poursuit sa vie d'homme d'affaires entre Genève et son île privée de Calivigny, dans les Caraïbes, qui a lui coûté près de 100 M€. Sa fortune professionnelle approcherait les 240 M€.



2^e
1200 M€



Jean-Pierre Savare

OBERTHUR TECHNOLOGIES

Ancien employé de banque, Jean-Pierre Savare s'est lancé à 47 ans dans l'industrie des cartes à puce en rachetant au tribunal, pour 1 franc symbolique, l'entreprise Oberthur, alors en dépôt de bilan. C'était en 1984. Vingt-sept ans plus tard, il en a fait le numéro deux mondial du secteur.

3^e
750 M€

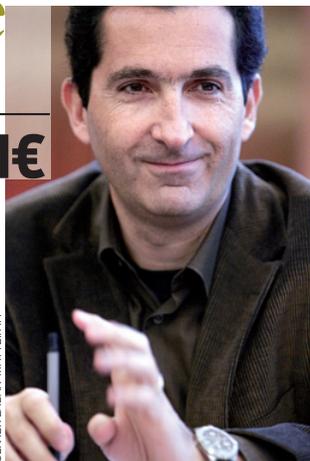


Jacques-Antoine Granjon

VENTES-PRIVEES.COM

Petit-fils d'entrepreneur, Jacques-Antoine Granjon poursuit la tradition familiale et crée sa première société à 23 ans. En 2001, il associe déstockage et internet pour écouler des fins de séries de marque. La suite est une litanie de succès pour ventes-privees.com, devenu la référence française en matière d'e-commerce.

4^e
650 M€

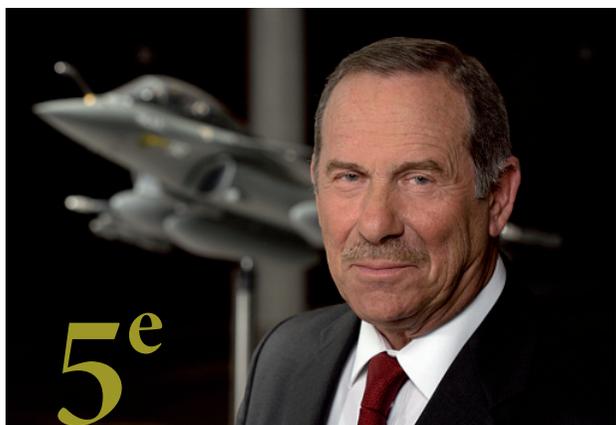


OLIVIER LABAN-MATTE/AFP

Patrick Drahi
NUMERICABLE

Incontestablement doté de la fibre des affaires, Patrick Drahi est passé par Polytechnique et l'Ecole nationale des télécoms. L'homme a fait fortune dans le câble avec Numericable, dont il est en partie propriétaire à travers le fonds Altice. Il a investi aussi dans d'autres sociétés, notamment israéliennes, comme l'opérateur mobile Mirs.

MÉTHODOLOGIE Les 50 fortunes IT sont issues du classement 2011 des 500 fortunes réalisé par le magazine Challenges et de l'analyse des données financières publiques des entreprises concernées. Pour une meilleure lisibilité, les montants indiqués sont la somme des participations détenues par ces personnalités et leur famille proche (conjoint, enfants...) dans des sociétés du secteur numérique. La notion de patrimoine retenue pour ce classement est celle du patrimoine professionnel, essentiellement basé sur la valeur du capital détenu aujourd'hui dans les entreprises qu'ils dirigent ou dont ils sont les fondateurs. Sont exclus de ces évaluations tous les autres biens détenus à titre personnel (immobilier, œuvres d'art, placements financiers...).



5^e

448 M€

Charles Edelstenne
DASSAULT SYSTÈMES

Expert-comptable de formation, Charles Edelstenne est l'un des fondateurs, en 1981, de Dassault Systèmes, éditeur d'outils de CAO et de PLM et numéro un des éditeurs français, avec un chiffre d'affaires 2010 de 1,56 Md€. Il est le PDG de Dassault Aviation.

A.FEVRIER/DASSAULT



6^e

301 M€

Simon Azoulay
ALTEN

Cet ingénieur Supélec a cofondé Alten en 1988. Grâce à une intense politique de croissance externe, Simon Azoulay a construit une société de services à forte composante technologique, D'envergure internationale, présente dans 14 pays, elle est forte de 12 600 salariés.

PHOTOPUNCTCOM-ALTEN-2011



7^e

212 M€

Serge Kampf
CAPGEMINI

Grand mécène de rugby, Serge Kampf est toujours, à 77 ans, le président de Capgemini, qu'il a fondé en 1967, à Grenoble. S'il ne possède plus que 3,5 % de la SSII, présente dans 30 pays avec 115 000 employés, cela lui suffit pour pointer à la 199^e place des fortunes professionnelles françaises.



8^e

202 M€

Pierre Pasquier **SOPRA**

Après des études de mathématiques, Pierre Pasquier travaille quelques années pour Bull, qu'il quitte en 1968 afin de fonder Sopra Group. Toujours PDG de la SSII à 76 ans, il ne montre aucun empressement à prendre sa retraite.



9^e

201 M€

Jean-Louis Bouchard
ECONOCOM GROUP

Propriétaire d'une écurie hippique, Pierre Pasquier réside à Marseille, même si le siège de sa société, Econocom Group, est installé à Bruxelles depuis 1982. Spécialisé dans la location, la maintenance et le financement des technologies de l'information, Econocom pèse aujourd'hui 1 Md€ de chiffre d'affaires, et emploie 3 700 collaborateurs.

WIM KEMPEVAERS

10^e
179 M€



Henri Seydoux
PARROT

Débuts atypiques pour Henri Seydoux, qui fut journaliste à *Actuel*, puis commercial au *Matin de Paris*, avant de devenir développeur en 1982. Ce choix judicieux l'amène à commercialiser le système d'exploitation Archi avec sa propre société, en 1985. Puis, en 1994, il crée Parrot pour développer des équipements électroniques et des périphériques sans fil. Ce sera le succès.

M. BERTRAND

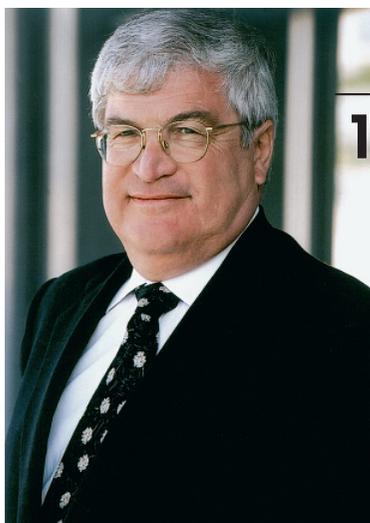
Yves Guillemot
UBISOFT

Passionné de jeux vidéo, Yves Guillemot ouvre avec ses frères, en 1984, un magasin d'informatique dans son village breton de Carentoir. Deux ans plus tard, naît Ubisoft, qui est aujourd'hui le troisième éditeur indépendant mondial de jeux vidéo.

12^e
151 M€



11^e
170 M€



Jean-Claude Labrune
CEGEDIM

Ancien commercial IBM, Jean-Claude Labrune fonde Cegedim en 1969. D'abord centrée sur les bases de données pharmaceutiques, l'entreprise s'est diversifiée sur les marchés des logiciels médicaux et des outils de CRM.

13^e
150 M€



Luc de Chamnard
NEURONES

Diplômé de HEC, Luc de Chamnard monte sa société en 1985, sur le créneau porteur des réseaux locaux. Après avoir absorbé 15 concurrents depuis 2000, la SSII s'appuie désormais sur 3 400 collaborateurs.

13^e
150 M€



**Anthony Roux (à gauche)
et Camille Chafer**
ANKAMA

Les deux étoiles montantes du web français, associées à un troisième compère, ont créé en 2003 *Dofus*, devenu le deuxième jeu en ligne le plus utilisé au monde, avec plus de 40 millions d'aficionados. Si Ankama, leur entreprise, était racheté ou coté, leur fortune cumulée approcherait les 150 M€. Un chiffre qu'ils contestent.



15^e

145 M€

Paul Raguin
ÉOLANE

Ex-dirigeant d'une PME horticole, puis directeur financier, Paul Raguin comprend dès 1986 les opportunités offertes par l'électronique. Il reprend alors Eoleane, une PME angevine, et constitue une équipe de direction, inchangée depuis plus de vingt ans. La société est désormais au premier rang des sous-traitants électroniques français, offrant des expertises dans les nanotechnologies et des logiciels embarqués.



16^e

142 M€



Marc Simoncini
MEETIC

Infatigable serial-entrepreneur, Marc Simoncini a créé sa première entreprise à l'âge de 22 ans, puis a bâti le site de rencontres en ligne Meetic. Investisseur à titre privé dans des dizaines de start up, son dernier coup de cœur s'appelle Sensee, une boutique en ligne de lentilles et de lunettes.

17^e

140 M€



Maurice Ricci
AKKA TECHNOLOGIES

Passionné de vitesse et de courses automobiles, Maurice Ricci débute comme développeur chez Renault Automation. En 1984, il crée sa société de conseil informatique, forte aujourd'hui de 7 000 salariés, dont un millier à l'international

19^e

110 M€



Jean-Jacques Poutrel (photo) et Michel Malhouitre
INGENICO

En 1980, Jean-Jacques Poutrel et Michel Malhouitre créent Ingenico, une société spécialisée dans les terminaux électroniques de paiement par carte. Par croissance organique et externe, les deux entrepreneurs ont fait d'Ingenico l'un des trois leaders du marché mondial de la monétique. Les deux fondateurs sont toujours présents au conseil d'administration.

18^e

127 M€



Pierre Gattaz
RADIALL

Fils d'Yvon Gattaz, le patron des patrons des années 80, Pierre Gattaz a repris le flambeau paternel. D'abord à la tête de Radiall, une entreprise familiale spécialisée dans les connecteurs électroniques, puis comme président du GFI, le Groupe des fédérations industrielles.

20^e
108 M€



ARTESIA MULTIMEDIA

Marc Rebouah
TESSI

Après avoir acheté Tessi, une entreprise grenobloise, en 1979, Marc Rebouah en est resté l'actionnaire majoritaire. Positionnée sur les métiers des traitements de flux, sa société numérise plus de 150 millions de pages et 2,5 milliards de chèques par an, pour un chiffre d'affaires annuel global de 235 M€.

21^e
100 M€



Gilles Benhamou
ASTEELFLASH

Polytechnicien, Gilles Benhamou, après avoir exercé différentes responsabilités dans le monde industriel, a créé AsteelFlash en 1999. Spécialisée dans la sous-traitance électronique, l'entreprise affiche un chiffre d'affaires annuel d'environ 500 M€ et possède des usines aussi bien dans la Silicon Valley qu'en Chine.

Philippe Cimadomo
METROLOGIC

A 19 ans, alors qu'il était étudiant en électronique, Philippe Cimadomo fonde Metrologic avec l'un de ses camarades de classe. Une trentaine d'années plus tard, il vient de céder au fonds Carlyle le capital de cette entreprise, devenue leader des logiciels de mesure industrielle. Mais il en reste le PDG.



21^e
100 M€

21^e
100 M€



Jean-Marie Savalle
ISAGRI

En 1983, cet enseignant à l'Institut supérieur d'agriculture d'Amiens imagine une entreprise d'édition de logiciels dédiés au monde de l'agriculture, Isagri. Elle compte aujourd'hui 880 collaborateurs et 107 000 clients en Europe et au Canada, et réalise un chiffre d'affaires de 75 M€.

21^e
100 M€



MEIGNEY/SIPA

Steve (à gauche) et Jean-Émile
Rosenblum
PIXMANIA

Figures incontournables de l'e-commerce français, les deux frères Rosenblum ont créé en 2000 ce qui est devenu le site web de référence en matière de produits high-tech, Pixmania. En 2006, ils revendent 75 % du capital à DSG International, pour 266 M€. Toujours à la tête de Pixmania, leur participation pèse encore 100 M€.

25^e
98 M€



Dominique Louis
ASSYSTEM

Après avoir été ingénieur d'essai chez **Atem**, Dominique Louis crée la société R'data puis Alphatem, filiale commune avec la Cogema. Le regroupement, en 1995, de ces trois entreprises donne naissance à Assystem, une société de services dans le domaine de l'ingénierie et du conseil en innovation.

25^e
98 M€



François Odin
SOPRA

Cofondateur de la SSII **Sopra** avec Pierre Pasquier il y a plus de quarante ans (en 1968), François Odin est toujours membre du conseil d'administration de l'entreprise.

27^e
90 M€



Thierry Ehrmann
GROUPE SERVEUR

Artiste plasticien provocateur, fondateur et dirigeant du Groupe Serveur, Thierry Ehrmann, un Lyonnais de 49 ans, s'est spécialisé sur le marché des bases de données en ligne. Son site Artprice est le numéro un mondial en matière de cotation du marché de l'art, avec plus de 405 000 artistes référencés.

28^e
84 M€



Jean-Baptiste Descroix-Vernier
RENTABILIWEB

Cet ancien avocat d'affaires s'est reconverti en 2002 en imaginant un site spécialisé dans la monétisation de l'audience sur le web, Rentabiliweb. Un succès qui lui permet de vivre à Amsterdam, sur une péniche d'où il contrôle par écrans interposés ses équipes installées à Clichy (92) et à Bruxelles.

29^e
83 M€



Rani Assaf
ILIAD-FREE

Un des principaux artisans du succès de **Free**, Rani Assaf, est un homme très discret qui reste dans l'ombre de son patron, Xavier Niel. Cet ingénieur, qui a participé à la conception de la Freebox, est toujours en charge du réseau et des innovations techniques de l'opérateur internet et télécoms.



30^e
70 M€

Philippe Spruch
LACIE

C'est à 26 ans, en 1990, que Philippe Spruch fonde D2, société spécialisée dans les unités de stockage périphériques. Puis il rachète Lacie, filiale de Quantum, en 1995. Connu pour le design de ses boîtiers (dont celui conçu par Philippe Starck), Lacie est un des leaders mondiaux sur son marché.



31^e
68 M€

André (à gauche) et Daniel Harari
LECTRA

Comment une PME bordelaise est-elle devenue un des premiers éditeurs mondiaux de logiciels de CAO et de PLM pour les textiles, cuirs ou tissus ? Grâce au talent des deux frères Harari, qui ont repris en 1991 une petite société en forte difficulté financière. En vingt ans, ils ont réussi à imposer les produits Lectra auprès de 23 000 clients répartis dans 100 pays.

32^e
67 M€

Bernard Huvé
SII

Après douze ans passés au Commissariat à l'énergie atomique, Bernard Huvé crée SII, une société de conseil et d'ingénierie, en 1979. Aujourd'hui, l'entreprise compte 4 000 salariés et réalise un chiffre d'affaires de 222 M€.



33^e
66 M€



Thibaut Munier
et Yseulys Costes
1000MERCIS

Partager ses listes de cadeaux sur internet : à partir de cette idée simple, Yseulys Costes réussit à convaincre Thibaut Munier, un de ses professeurs de l'université Paris-Dauphine, de monter en 2000 le site en ligne 1000mercis. Introduite en Bourse en 2006, la société est considérée comme un poids lourd du web français.

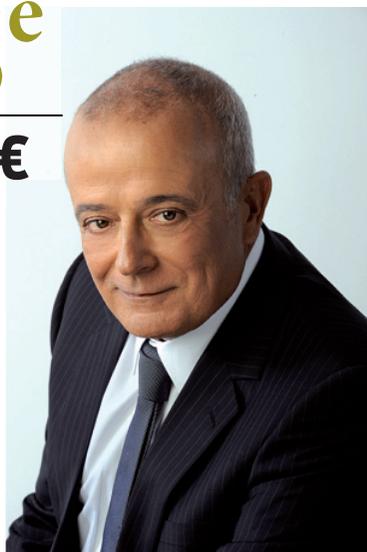
34^e
65 M€



Yannick Pons
WEBDMUK

Derrière les raisons sociales WebDMUK et W3 se cache Vivastreet et, derrière Vivastreet, on découvre Yannick Pons. Ce Français de 54 ans a réussi à bâtir en moins de cinq ans le quatrième site mondial de petites annonces. Installé à Londres avec ses équipes, après avoir longtemps vécu à New York, Yannick Pons multiplie les lancements de services d'annonces : Appartager.com, Vivastreet, Mon-logement-etudiant.fr, Oudormir.com...

35^e
63 M€



Jean-Michel
Hegesippe
**OUTREMER
TELECOM**

Docteur en informatique, Jean-Michel Hegesippe crée l'opérateur alternatif Outremer Telecom en 2000, sur les marchés des départements d'outre-mer. Même s'il a vendu la majorité du capital de la société à Apax Partner, il reste aux commandes d'un opérateur qui revendique 500 000 abonnés.

35^e
63 M€



Bernard Charlès
DASSAULT SYSTÈMES

Le PDG de Dassault Systèmes est entré dans l'entreprise en 1983 en tant qu'ingénieur en mécanique. Grâce au système de stock-options mis en place par le numéro un des éditeurs français, Bernard Charlès est à la tête d'une fortune professionnelle de 63 M€.

37^e
61 M€



André-Jacques
Auberton-Hervé
SOITEC

Centralien titulaire d'un doctorat de physique, André-Jacques Auberton-Hervé œuvre une dizaine d'années sur des programmes de recherche, notamment pour Thomson CSF. En 1992, il fonde Soitec, qui trouve sa place dans le créneau porteur des semi-conducteurs.

38^e
30 M€



Joseph Haddad
NETGEM

Polytechnicien, Joseph Haddad a débuté sa carrière d'entrepreneur en 1987 en créant Aleph 2, une société de logiciels, revendue trois ans plus tard à Lotus Développement. En 1996, il participe à la fondation de Netgem, spécialiste français des décodeurs de télévision IP. Il en est toujours le président.

39^e
28 M€



Hubert Martigny **ALTRAN**

Cofondateur, avec Alexis Kniazeff, de la SSII Altran Technologies en 1982, Hubert Martigny a quitté l'entreprise en 2004. Il s'est reconverti dans la musique, en achetant la salle de concert parisienne Pleyel (10 M€) et en la rénovant (33 M€). Il lui reste une participation significative dans Altran.

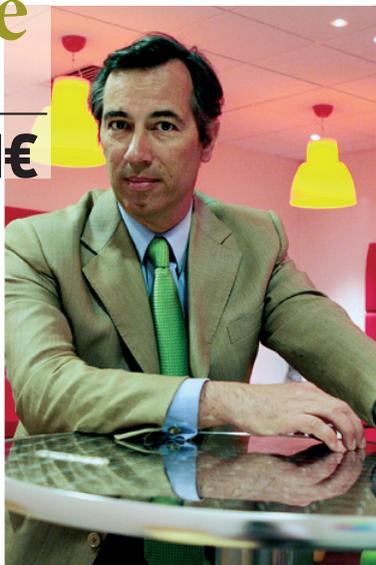
39^e
28 M€



Alexis Kniazeff **ALTRAN**

L'autre fondateur d'Altran Technologies, Alexis Kniazeff, en a été longtemps le président. Suite à un scandale de fausses factures, il a démissionné de son poste en 2005, mais est resté depuis un actionnaire de poids, dans une entreprise qui a réalisé l'an dernier un chiffre d'affaires de 1,44 Md€.

41^e
27,6 M€



**Godefroy (à gauche)
et Stanislas de
Bentzmann**
DEVOTEAM

Tous deux diplômés de l'école de commerce Inseec, les frères Bentzmann ont démarré leur carrière dans des fonctions commerciales. En 1995, ils créent ensemble la SSII Devoteam, qui sera introduite en Bourse quatre ans plus tard. A eux deux, ils détiennent environ 20 % de cette entreprise.

42^e
27 M€



Anvaraly Jiva
LINEDATA SERVICES

Après avoir quitté à 20 ans son île de Madagascar, ce self-made man très discret a monté à la force du poignet Linedata Services, société spécialisée dans l'édition et l'intégration de progiciels financiers, qui a réalisé l'an dernier un chiffre d'affaires de 136 M€.

43^e
25 M€



Henri Crohas
ARCHOS

Face à l'iPad d'Apple, Henri Crohas se bat pour imposer sa tablette électronique. Il a débuté sa carrière chez Total, avant de créer Archos, en 1988.

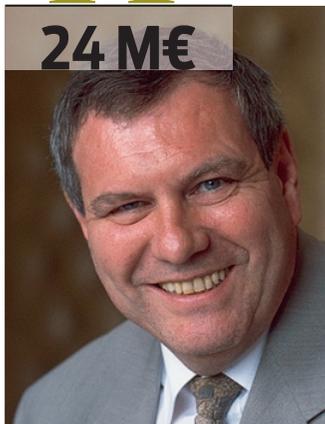
45^e
21,4 M€



**Alain
de Rouvray**
ESI GROUP

Scientifique brillant, Alain de Rouvray, centralien et titulaire d'un doctorat de l'université de Berkeley, a débuté au Commissariat à l'énergie atomique. Il est aussi un homme d'affaires avisé, qui a fait d'ESI, la société qu'il a créée en 1973, un champion international des logiciels de prototypage virtuel. En 2010, le chiffre d'affaires d'ESI annoncé était de 84 M€.

44^e
24 M€



**Bernard
Connes-Lafforet**
INFOTEL

Après avoir été pendant dix ans chercheur au CNRS, Bernard Connes-Lafforet a fondé en 1979 une société de services informatiques dédiée aux outils système. Il en est toujours l'actionnaire principal et le PDG.

47^e
15 M€



Jean-Michel Aulas
CEGID

Le fondateur et président du spécialiste des logiciels de gestion Cegid, Jean-Michel Aulas, est aussi le président de L'Olympique Lyonnais. Après avoir vendu en 2007 une grande partie de ses actions à Groupama, sa fortune professionnelle se serait réduite à 15 M€. Soit cinq à dix fois moins que sa fortune personnelle, selon Challenges et le JDD.

46^e
19 M€



Patrick Bensabat
BUSINESS & DECISION

Diplômé de l'Institut polytechnique israélien Technion, Patrick Bensabat a créé en 1992 Business & Decision, dont il est toujours le PDG. Très active sur le marché du décisionnel, de la relation client et de l'e-business, la SSII affichait un chiffre d'affaires de 237 M€ en 2010.

Frédéric Sebag
GROUPE OPEN

Amateur de football, Frédéric Sebag est le président du Tours Football Club (TFC). Il est aussi surtout le fondateur, en 1989, de la SSII Groupe Open, dont il possède toujours 31 % du capital. Il en assure la présidence avec Guy Mamou-Mani, par ailleurs président de Syntec numérique.

47^e
15 M€



49^e
12 M€



Olivier Novasque
SIDETRADE

Diplômé de l'ESC Toulouse, le président fondateur de Sidetrade a créé en 2000 sa société sur le créneau des outils d'optimisation de la relation financière client en mode SaaS. Plus de 800 grands comptes européens utilisent ses services.

50^e
11 M€



Philippe Rabasse
AUBAY

Directeur général de la SSII Aubay, Philippe Rabasse a également contribué à sa création en 1997. Il détient 15 % du capital de l'entreprise, qui a réalisé l'an dernier un chiffre d'affaires de 164 M€ et compte environ 2 400 salariés.



Télécom Ecole de management a augmenté le pourcentage de ses étudiants boursiers de 20 à 50 %. Cette mesure sociale lui coûte 30 % de son budget.

Grâce au crédit d'impôt recherche, 75 % des entreprises concernées ont pu augmenter le nombre de leurs innovations commercialisées. Source : Alma Consulting Group

MANAGEMENT

Aider son service à s'approprier une nouvelle application

Introduire un nouvel applicatif afin d'améliorer le fonctionnement d'un service peut être vécu comme une contrainte par certains collaborateurs.

Face à l'évolution technologique et organisationnelle, il est du rôle du responsable du service de mettre en place un véritable programme d'accompagnement.

1. Évaluer l'impact des changements

Plusieurs semaines avant le déploiement du projet, le manager envisage les conséquences sur les tâches de chaque membre de son équipe. « *Il cartographie les positions et les responsabilités de chacun ; il analyse ainsi l'évolution de leur mission au quotidien et évalue ce que chaque collaborateur perd et gagne avec ce nouveau processus* », explique Jérôme Demory, directeur de projet de Bernard Julhiet Digital. Ensuite, il réfléchit aux compétences requises pour manier l'outil et cherche l'adéquation avec le savoir-faire de chaque collaborateur. Ceci afin d'anticiper les formations nécessaires.

2. Susciter l'envie d'utiliser le nouvel outil

Deux ou trois semaines avant la mise en œuvre de la solution, le responsable du service lance, en collaboration avec la direction de la communication, une vaste campagne d'information, prévue pour durer jusqu'à l'étape de l'intégration. « *Il s'agit, pour le manager, de conduire cette démarche de façon à*



ISTOCK
Ecouter les craintes des collaborateurs et leur laisser le temps de s'adapter est indispensable.

« Le manager évalue ce que chaque collaborateur perd et gagne dans ce nouveau processus »

susciter l'intérêt et l'envie. Par exemple, en présentant cet applicatif à travers des teasers ludiques ou des animations Flash diffusées sur l'intranet, le réseau social ou les écrans plasma de l'entreprise », indique Jérôme Demory. Par ailleurs, le responsable a la charge d'organiser une ou plusieurs réunions afin d'expliquer clairement les fonctionnalités de l'application et l'évolution des processus. « *Il doit surtout s'efforcer de ne pas promettre une solution miracle, celle qui ferait tout toute seule* », insiste le directeur de projet. Parallèlement, il bâtit, en collaboration

avec le responsable formation, un programme comprenant des ateliers de prise en main et des séquences d'e-learning adaptés aux différents profils.

3. Accompagner les salariés en difficulté

« *Lors de la phase de déploiement, le manager a tout intérêt à se reposer sur des collaborateurs jouant le rôle d'ambassadeurs. Il les choisit généralement parmi ceux qui ont participé aux spécifications de la solution* », indique Jérôme Demory. Jamais cette phase d'appropriation de l'outil ne doit être minimisée. « *Un nouveau processus est un choc. Il faut donc prendre le temps de rencontrer les membres de l'équipe, d'écouter leurs craintes et d'accepter la partie émotionnelle de cette évolution* », insiste-t-il. Si les appréhensions sont liées à une difficulté de fonctionnalité, proposer une formation liée au contexte applicatif est souhaitable. En aucun cas, il ne faut laisser un collaborateur s'enfermer dans la spirale du déni de la solution. Au contraire, le manager « *l'accompagne lors de la prise en main, valorise ce qu'il a su accomplir, met en avant la simplification de ses tâches grâce à l'outil, et insiste sur ce qui n'a pas changé par rapport à la version précédente* », conseille Jérôme Demory. Enfin, plutôt que de chercher à forcer l'adaptation, mieux vaut faire montre d'une certaine souplesse et tolérer les erreurs. Prévoir un premier bilan collectif et individuel au bout de deux mois est vivement conseillé. ■

JULIETTE FAUCHET

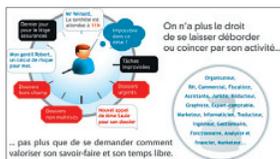
L'informatique prend du relief



LIVRE Que ce soit à travers les cartographies ou les données localisées, la dimension géographique est

de plus en plus prégnante en informatique. Cet ouvrage, écrit par un consultant-expert et publié par Dunod, s'adresse aux 25 000 géomaticiens que compte la France, mais aussi aux chefs de projet de DSI ayant à intégrer une dimension géographique à leur système d'information.

Une place de marché collaborative



WEB Skilling.fr se veut la première place de marché collaborative de prestations intellectuelles urgentes (moins de trente jours), notamment dans les domaines du web et des systèmes d'information. Grâce à des outils d'évaluation des compétences et de crowdsourcing, le donneur d'ordre reçoit les propositions de prestataires ad hoc, Skilling garantissant le paiement. Démarrage prévu en novembre.

Israël, terre d'innovation



ENQUÊTE Comment un pays d'à peine plus de sept millions d'habitants, fondé il y a soixante ans, constamment en guerre et ne disposant d'aucunes ressources naturelles, peut-il compter le plus grand nombre de start up au kilomètre carré ? Pour les auteurs de cette enquête publiée par Maxima, c'est parce qu'il y règne un état d'esprit favorable à l'innovation.

RESSOURCES HUMAINES Les serious games sensibilisent les managers aux enjeux de la diversité

Un jeu pour apprendre à ne pas discriminer

Le serious game développé pour MMA propose des simulations de situations, comme le recrutement, l'évaluation, la demande de mobilité ou d'augmentation.

Former à la diversité n'est pas chose aisée, car aucun manager ne reconnaîtra ouvertement un comportement discriminatoire. Pour aider les cadres à combattre leurs préjugés, les entreprises doivent donc faire preuve d'habileté. Dans ce contexte, le choix d'un serious game se révèle intéressant, l'aspect ludique et innovant de ce type de support aidant à dédramatiser le sujet. C'est l'option retenue par MMA. L'assureur a demandé à l'éditeur Dae-sign, accompagné du cabinet de conseil en diversité Altidem, de lui développer un de ces jeux. Placé dans certaines situations, le manager est appelé à prendre des décisions et à en mesurer les enjeux juridiques.

L'aspect ludique et innovant des serious games aide à dédramatiser le sujet auprès des cadres

La loi précise 18 critères illégaux pour le recrutement, la promotion et l'attribution de formations, comme la discrimination par le sexe ou l'origine. Si l'entreprise est responsable – et risque jusqu'à 225 000 euros d'amende –, un manager qui discrimine dans le cadre de son activité commet un délit, passible de 45 000 euros d'amende et de trois ans de prison. Il a donc un intérêt très concret à agir conformément à la loi afin d'avoir la certitude de fonder ses choix sur des critères objectifs. Bien sûr, l'implication de la direction générale est primordiale. Chez MMA, le

directeur général s'est adressé à tous les managers du groupe – près de 1 000 personnes – pour leur annoncer le lancement du programme de diversité. Cette communication ciblée a été ensuite relayée à l'ensemble des collaborateurs par l'intermédiaire du webzine de la compagnie, deux semaines avant la mise en ligne du jeu.

Accorder du temps à la démarche

Le temps imparti à la formation varie selon les entreprises. MMA, lui, a décidé de proposer l'accès au serious game sur une période assez longue – près de cinq mois – afin de mobiliser le plus grand nombre de managers. Chez Mediapost, le jeu a été précédé d'une formation en présentiel, afin de mieux accompagner les responsables et de bien leur exposer les enjeux pour l'entreprise. Découpé en cinq modules indépendants, ce serious game peut être complété en fonction des disponibilités des cadres. Ce type de formation trouve aussi sa place dans les cursus d'intégration des nouvelles recrues. ■

ARMELLE SICCAT

POUR ALLER PLUS LOIN

- ➔ La charte de la diversité en entreprise. Les six engagements : <http://goo.gl/K3KWS>.
- ➔ Le label diversité certifié par l'Afnor : <http://goo.gl/FMIFn>.

BUSINESS STYLE LA SÉLECTION HIGH-TECH DE LA RÉDACTION

Montre fitness

Après les téléphones, c'est au tour des montres de devenir de véritables ordinateurs. La MotoACTV, de Motorola, fait office de GPS, cardio, podomètre, calorimètre, lecteur MP3, et se synchronise avec le PC pour revivre ses performances.



Fini les photos floues

Grâce à sa technologie plénoptique, l'appareil photo de Lytro permet de faire la mise au point après avoir pris la photo à l'aide d'un petit logiciel. Une véritable révolution !



PC télé tactile

Samsung présente un PC tout en un au design plutôt réussi, qui remplacera avantageusement télévision et magnétoscope. Mieux, avec son écran tactile, plus besoin de souris ou de clavier.

Scanner de poche

Le Doxie Go mémorise 6 000 pages, effectue seul la reconnaissance de caractères pour des PDF parfaits, et se synchronise avec Dropbox, Evernote ou l'iPhone. Petit, mais costaud !



PLUS D'INFOS SUR OINET-ENTREPRISES.FR, RUBRIQUE ACTUALITÉ

1&1 HÉBERGEMENT WEB

1&1 APPLICATIONS CLI

Chez 1&1, le succès de votre site Web est notre priorité. Avec les applications Click & Build prêtes à l'emploi, vous optimisez votre présence Web à votre guise. Blog, e-commerce, CMS, wiki... ce sont de nombreuses possibilités d'enrichir votre site qui s'offrent à vous ! Nos packs d'hébergement contiennent tout ce dont vous avez besoin pour assurer votre réussite en ligne :

✓ 65 applications Click & Build

Avec mises à jour automatiques : WordPress, Joomla, Drupal...

✓ Logiciels de webdesign

Adobe® Dreamweaver® ou NetObjects Fusion® 1&1 Edition

✓ Double sécurité

Hébergement simultané dans 2 centres de données distincts

✓ Hotline non surtaxée

Assistance par email gratuite également incluse



1&1 DUAL HOSTING



CK & BUILD INCLUSES !



HÉBERGEMENT

1&1 DUAL CLASSIQUE

- **Dual Hosting** : sécurité redoublée avec la redondance géographique
- 2 noms de domaine **INCLUS**
- Trafic **ILLIMITÉ**
- 100 Go d'espace disque
- 10 bases de données MySQL (1 Go)
- **1&1 Applications Click & Build**

6 MOIS GRATUITS !

puis 4,99 € HT/mois (5,97 € TTC/mois)*



E-COMMERCE

1&1 E-BOUTIQUE CLASSIQUE

- 100 catégories, 1000 articles
- Paiement sécurisé PayPal
- Vos produits sur eBay et Kelkoo
- Design : 145 modèles personnalisables
- Trafic **ILLIMITÉ**

6 MOIS GRATUITS !

puis 19,99 € HT/mois (23,91 € TTC/mois)*



SERVEURS

1&1 SERVEUR CLOUD DYNAMIQUE

- Configuration ajustable
- Jusqu'à **6 cœurs**, **24 Go** de mémoire vive et **800 Go** d'espace disque
- Trafic **ILLIMITÉ**
- **NOUVEAU** : gestion de votre serveur à tout moment depuis votre mobile

3 MOIS GRATUITS !

puis à partir de 19,99 € HT/mois (23,91 € TTC/mois)*

.fr

3,99 € HT/an

(4,77 € TTC/an) la 1ère année*

.info

0,99 € HT/an

(1,18 € TTC/an) la 1ère année*

1&1

Appelez-nous au **0970 808 911** (non surtaxé)

www.1and1.fr

01
BUSINESS
PROFESSEURS

Drupagora

Le 10 novembre, à Paris
(Maison des associations du 13^e)



DR

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

Digiworld Summit

Les 16 et 17 novembre,
à Montpellier

La conférence annuelle de l'Idate traitera des terminaux et des nouveaux usages à développer. Elle abordera les différentes visions des chaînes de valeur pour l'internet du futur, et soulèvera les nouvelles problématiques pour la régulation.
www.digiworldsummit.com

01
BUSINESS
PROFESSEURS

Partner VIP

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

Cet événement, organisé à l'attention des acteurs de la distribution, 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-france.com

9^e Rencontres du e-learning et de la formation mixte

Les 22 et 23 novembre, à Paris (8^e)
(Cercle national des armées)

Lors de ces journées, seront analysées une douzaine d'études de cas portant sur les problématiques clés du e-learning et de la formation mixte : stratégie, contenus,

Cartes & Identification

Du 15 au 17 novembre à Paris-Nord-Villepinte
(Parc des expositions)



DR

Pour ce rendez-vous international, qui regroupe tous les acteurs du secteur de la sécurité numérique, des smart technologies, du paiement et du sans-contact, 450 exposants internationaux seront présents et montreront en avant-première leurs dernières innovations.

<http://fr.cartes.com>

serious games, conduite du changement... Des keynotes et une table ronde complètent le programme.

www.formations-infopromotions.com

PHP Tour Lille 2011

Les 24 et 25 novembre, à Lille
(Euratechnologies)

Cet événement consacré à la plate-forme PHP se veut un lieu de rencontre entre développeurs, et propose des conférences techniques de haut niveau, ainsi que des retours d'expériences d'entreprises qui utilisent le langage PHP dans des contextes stratégiques.

afup.org/pages/phptourlille2011/inscription.php



DR

TIC : attractivité et opportunités du marché suisse

Le 24 novembre, à Lyon
(hôtel Radisson)

Ce séminaire thématique est l'occasion de découvrir le potentiel du marché des technologies de l'information et de la communication en Suisse, à travers les témoignages d'experts du secteur et des retours d'expérience d'entreprises présentes sur le territoire helvétique.

www.idis.fr

itSMF France 2011

Le 29 novembre,
à Paris-la Défense (Cnit)

Cette conférence annuelle sera consacrée à l'organisation de l'IT pour le service. L'occasion de découvrir comment s'opère le passage vers une véritable économie des services et comment s'organiser, voire s'adapter à ce nouveau contexte. Les 1300 visiteurs attendus rencontreront des experts et trouveront les solutions pour dynamiser leurs projets de gestion des services partagés IT.

www.itsmfconf.fr



Les Assises du numérique 2011

Le 30 novembre, à Paris

(Université Paris-Dauphine)

Rassemblant les meilleurs experts, décideurs politiques et influenceurs du numérique, les Assises sont devenues la principale manifestation française en matière de nouvelles technologies. Cette quatrième édition proposera des débats de haut niveau sur l'e-santé, la télévision connectée, l'aménagement du territoire, la compétitivité et la croissance.

www.assisesdunumerique.fr

Metro'num

Les 8 et 9 décembre, à Bordeaux

(Hangar 14)



Ces premières rencontres des services numériques urbains et territoriaux réuniront collectivités locales, opérateurs nationaux, entreprises innovantes et acteurs du développement des territoires autour du développement urbain durable. Les quatre conférences et les 24 ateliers s'accompagneront d'un parcours numérique, de rendez-vous d'affaires et du Coin des orateurs dédié à la présentation de projets innovants.

www.metro-num.com

Doc et Finances

Les 24 et 25 janvier,

à Paris-la Défense (Cnit)

Cette manifestation, née du regroupement des salons Finances et Démat-Expo-Dématérialiser, intègre toute la chaîne financière, les achats, la sécurité et les documents électroniques. Plus de 150 exposants sont attendus.

<http://docetfinances.fr>

6^e Université AFCDP des correspondants informatique et libertés

Le 27 janvier 2012, à Bois-Colombes

Rendez-vous incontournable pour tout professionnel concerné par la fonction du CIL (correspondant informatique et libertés) et la protection des données à caractère personnel.

www.afcdp.net



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.

SSII, 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.net.

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)

Responsable de la relation audience : Bénédicte Le Foll (01 71 18 53 18)

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 Fénelon (53 09), directrice commerciale - Pôle Print ; Sylvia Besse (53 08), assistante de direction ; Fatma Bouilla (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

Règle : 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

merchands 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 dix ans, arrivaient les premiers matériels dotés de prise USB 2.0

En 2001, 01 en parle : les premiers équipements intégrant la connectique USB 2.0 devaient être lancés en février 2001. Mais une pénurie de chipsets repousse la livraison des produits.

En passant d'USB 1.1 à USB 2.0, le débit théorique de transfert des données est multiplié par 40, atteignant 480 Mbit/s. Mais alors que les premiers produits estampillés USB 2.0 sont annoncés pour le début de l'année 2001, les circuits fabriqués par Cypress n'arrivent qu'en mars. Les premiers ordinateurs équipés de connectique USB 2.0 ne sortent qu'au milieu de l'année.

Dès lors, la vitesse de transfert atteinte stimule un usage particulier, à savoir le stockage externe. Les premiers produits disponibles à l'époque sont en effet des disques durs externes d'une centaine de gigaoctets, des graveurs de CD et de DVD, ainsi que des lecteurs de disques magnéto-optiques. En parallèle, d'autres types de périphériques compatibles avec USB 2.0 sont lancés : concentrateurs, appareils photo numériques, imprimantes, ou encore scanners. Pour certains, l'augmentation du débit est moins



Malgré une connectique un peu différente, l'USB 3.0 conserve sa rétrocompatibilité.

fondamentale au regard de leurs performances intrinsèques.

USB a toutefois un concurrent : Firewire, ou IEEE 1394. La nouvelle mouture de cette interface fournit déjà, à l'époque, un débit de 400 Mbit/s. Mais c'est USB qui est plébiscité par les fabricants de matériels informatiques.

Comme pour toutes les technologies de transmission de données, les évolutions d'USB sont motivées par le besoin de montée en débit. Ainsi, les spécifications d'USB 3.0, qui affiche un débit théorique de 4,8 Gbit/s, ont été achevées en novembre 2008. Les premiers équi-

pements intégrant cette nouvelle version ont été commercialisés au court de l'année 2010.

Le tandem Intel-Apple pousse Thunderbolt, deux fois plus rapide

Pourtant, trois ans après la finalisation du standard, USB 3.0 tarde à se généraliser. Il rencontre même un nouveau concurrent, Thunderbolt, deux fois plus performant et conçu pour aller au-delà des applications de stockage. Poussé par le tandem Intel-Apple, Thunderbolt, avec son débit de 10 Gbit/s, a une vocation de port universel servant tant pour le réseau que pour l'affichage. Il pourrait débarquer en 2012 dans le monde des PC sous Windows. ■ EDDYE DIBAR

DATES CLÉS

- 1996 :** première version d'USB (12 Mbit/s).
- 2001 :** USB 2.0 est généralisé. Le débit des communications atteint 480 Mbit/s.
- 2010 :** introduction de la connectique USB 3.0 (4,8 Gbit/s) dans les équipements électroniques.

LA SEMAINE DE MILON par Jean-Michel Milon



Etablissement public en cours de création recherche son :

DIRECTEUR DES SYSTEMES D'INFORMATION H/F

Le **Conseil National des activités privées de sécurité (CNAPS)** est chargé de la régulation et du contrôle du secteur de la sécurité privée. Ses agents seront répartis sur plusieurs sites en France métropolitaine et outre-mer.

Placé auprès du Directeur de l'établissement public et basé au siège en région parisienne, le futur DSI, ingénieur confirmé aux compétences affirmées notamment en architecture de système et en génie logiciel, devra créer le système d'information du nouvel organisme:

- Un Intranet élaboré (réseau, portail, annuaire, messagerie, agenda) et un site web,
- Des outils métiers dédiés (application web en architecture 3 tiers reliés à des téléservices),
- Des connexions sécurisées à certains grands fichiers de l'Etat,
- Des logiciels de gestion (comptabilité, finance, ressources humaines),
- Des équipements de bureautique et de communication standard.

Spécificité du poste :

- Recruté en amont du lancement opérationnel, dans le cadre de la mission de préfiguration, il jouera un rôle déterminant dans la phase de conception et de réalisation du dispositif initial.
- Obligation de secret professionnel / Condition de moralité

Le titulaire du poste, s'il est fonctionnaire, sera placé en **détachement sur contrat**.

5 à 10 ans d'expérience comme chef de projet NTIC et/ou de responsabilité en DSI seraient appréciés.

Statut : cadre de catégorie A, de type ingénieur

Référentiel des compétences techniques

- Très bonnes connaissances des systèmes d'information et de télécommunications (architecture, réseau intégration de système...)
- Très Bonnes connaissances de l'environnement technologique et notamment les services innovants (bureautique collaborative, internet)
- Connaissance de l'environnement réglementaire (sécurité des systèmes d'information)
- Connaissance des marchés public, Gestion de projet, Management d'équipe, Conduite du changement, Conduite de réunion, Gestion et suivi de budget

Rémunération selon expérience - Poste à pourvoir immédiatement en région parisienne

Ministère de l'intérieur, de l'outre-mer, des collectivités territoriales et de l'immigration / Mission de préfiguration du Conseil national des activités privées de sécurité,
27 rue Oudinot - 75007 PARIS



Contacts :

François PENY, Secrétaire général de la mission de préfiguration du CNAPS

Tél : 01-53-69-29-26 Mél :

francois.peny@interieur.gouv.fr

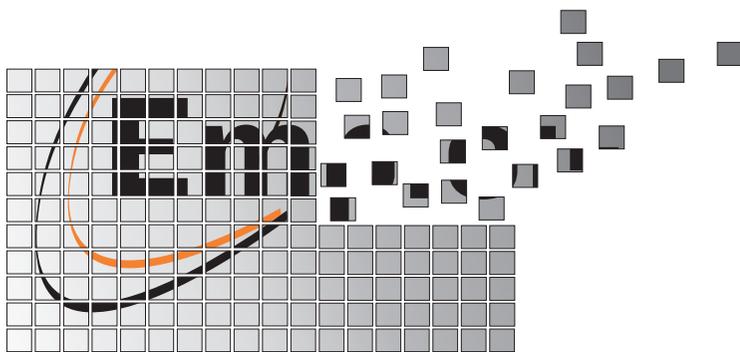
Annie FRECHINOS, Chef du bureau des ressources humaines

Tél : 01-53-69-29-27 Mél :

annie.frechinos@interieur.gouv.fr

Déposez votre CV !

Faites-vous chasser par 4 000 recruteurs...



www.emploi-pro.fr

Inscrivez-vous, et profitez gratuitement des services Emploi-Pro :

VISIBILITÉ DE VOTRE CV AUPRÈS DE 4 000 RECRUTEURS
RÉCEPTION GRATUITE ET RÉGULIÈRE :

- Des offres d'emploi correspondant à votre recherche,
- D'invitations à nos salons de recrutement,
- Des guides carrière « Au cœur du secteur »,
- Des informations utiles sur le marché de l'emploi : les secteurs et les entreprises qui recrutent, les métiers porteurs, les meilleures formations...

Emploi-Pro
Offres d'emploi et conseils carrière.

Tout savoir sur le cloud computing



Face à l'importance prise par l'informatique dans les nuages (ou cloud computing), la rédaction de O1 dédiée 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.

O1BUSINESS BFM BUSINESS

5 novembre : l'IT, un enjeu de reconstruction en Libye ?



Tous les samedis de 23 heures à minuit et les dimanches de 21 heures à 22 heures, retrouvez Frédéric Simottel, rédacteur en chef de O1 Business & Technologies, dans l'émission « O1 Business, les nouvelles technologies au service de l'entreprise » (en podcast sur bfmradio.fr).

CULTURE GEEK BFM TV NEWS 24/7

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



Retrouvez Anicet Mbida, journaliste à O1 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...

TENDANCE

Le 10 novembre dans le n° 2105



ISTOCK

ÉTUDE
L'Europe s'intéresse à l'entreprise 2.0

Le buzz 2.0 est arrivé jusqu'aux portes de la Commission européenne qui a réalisé, avec IDC et Tech4i2, un rapport sur le sujet.

EXPÉRIENCES

Le 10 novembre dans le n° 2105

E-SANTÉ

Les établissements hospitaliers peinent à déployer le dossier patient

L'urbanisation des systèmes d'information hospitaliers passe par le déploiement d'un dossier médical partageable au sein de l'établissement. Ces projets se font souvent dans la douleur. Témoignage de trois établissements de santé, très différents les uns des autres.



DOSSIER

Le 10 novembre dans le n° 2105

ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL



KLEINEFERN

Les bureaux volants : une nouvelle façon de travailler

Un nombre croissant d'entreprises autorisent leurs collaborateurs à travailler depuis leur domicile, des télécentres ou d'autres lieux.

GUIDE

Le 10 novembre dans le n° 2105

FORMATION

Les meilleurs stages en réseaux, sécurité et télécoms

O1 a passé en revue les formations du marché destinées à améliorer ses connaissances en réseaux d'entreprise, à assurer un haut niveau de sécurité ou à mieux maîtriser les techniques de la téléphonie sur IP.

EXPÉRIENCES

Le 17 novembre dans le n° 2106

CALCUL

Le Crédit agricole mesure avec précision les risques financiers

Pour accélérer les calculs de valorisation des portefeuilles à risque, Crédit agricole CIB a opté pour des serveurs hybrides, sur lesquels les simulations sont effectuées sur des processeurs graphiques.





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

Nous prenons en charge les processus financiers de Michelin. Ainsi, ils n'ont pas à le faire eux-mêmes.

Xerox aide Michelin à gérer ses processus financiers, de la comptabilité clients et fournisseurs jusqu'aux immobilisations. Il en résulte une amélioration de la productivité et de la qualité, avec une diminution des coûts. Ainsi, Michelin peut se consacrer pleinement à sa mission : une meilleure façon d'avancer.

RealBusiness.fr

Ready For Real Business[®] **xerox** 



ÉDITORIAL

Exiger plus de communication



N. STOLTENBERG

Que faire pour qu'enfin les PME considèrent les technologies de l'information comme une priorité ? L'une des réponses concerne la communication. Ces PME en

manquent. De la part des fournisseurs, d'abord, qui ont longtemps tenté de les convaincre à partir de solutions logicielles ou matérielles grands comptes édulcorés. Certains acteurs, fort heureusement, sont sortis de cette ornière en travaillant localement, en verticalisant leur offre, en proposant de vrais services ciblés, en pensant mieux le catalogue de tarifs, et en se lançant dans le Saas. Les PME ont aussi besoin d'une communication plus réfléchie, notamment quand sont lancées des initiatives où l'argument prix prédomine, sans que soient évoquées les notions de création de valeur ou d'usage. Pour que ces PME se mettent au cloud, à la mobilité ou aux outils collaboratifs, il faut leur parler du bénéfice pour leur activité. Leur dire comment elles vont se déployer plus vite sur un marché, s'internationaliser, accroître leur productivité, recruter les meilleurs talents... Plus de communication, c'est enfin ce que l'on pourrait recommander aux PME elles-mêmes. Certaines tardent à briser les silos internes et à faire collaborer, au travers des médias 2.0, toutes les compétences de l'entreprise. Le partage, la communication et l'innovation figurent résolument parmi les ingrédients d'une bonne recette de croissance.

L'informatique en nuage commence à convaincre

Calculatrice à la main, les TPE (très petites entreprises) et les PME avancent vers le cloud computing. Les plus traditionnelles adoptent le mode hybride, entre cloud et logiciel sur serveur. Les sociétés en création, elles, foncent sur les applications en mode hébergé. D'un côté, les solutions en entreprise se sophistiquent. De l'autre, les éditeurs revoient leurs logiciels en profondeur pour les mettre dans le nuage...

SUITE P. III



CORBIS

SOMMAIRE

TENDANCES

- III L'informatique en nuage commence à convaincre

USAGES

- VI A la maison, tous « consommateurs » de numérique

EXPÉRIENCES

- IX Alliance Habitat optimise les tournées de ses techniciens de maintenance
- X Quand haute disponibilité et temps réel font partie du business model
- XI Kiloutou choisit la location pour enrichir la gestion de ses ressources humaines

MATÉRIELS

- XII Six tablettes tactiles 10 pouces
- XIII Six PC portables 15,6 pouces
- XIV Six multifonctions à moins de 100 euros

REPORTAGE Simplifier l'organisation tout en masquant la complexité technologique



Mieux s'organiser face à ses clients, pour ses collaborateurs ou avec ses partenaires... Les PME sont sur tous les fronts lorsqu'elles comprennent les bénéfices que leur apportent les technologies de l'information. De la gestion des ressources humaines, via un logiciel loué, à l'adoption d'une architecture informatique à haute disponibilité pour être capable de répondre présent à ses clients 24 h/24, 7j/7, en passant par une application de mobilité qui optimise les tâches des collaborateurs, les PME deviennent plus performantes grâce à ces technologies.

LIRE P. IX

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

L'informatique en nuage commence à convaincre

(SUITE DE LA P. 1)... Revenue en force cet été, la crise financière fait plonger le moral des dirigeants de PME et d'ETI (entreprises de taille intermédiaire). En octobre 2011, leur confiance à six mois en l'économie française s'effondre à 20 %, selon le 10^e Observatoire Banque Palatine-Opinion Way-Challenges-i-Télé. Par ailleurs, d'après le Business Index de Sage, la préoccupation première des PME françaises (à 61 %) serait de maintenir ou d'augmenter leur chiffre d'affaires. L'éditeur d'ERP (progiciel de gestion intégré), qui fournit 570 000 entreprises françaises, note que la gestion de la trésorerie vient en seconde préoccupation (40 %), devant l'acquisition de nouveaux clients ou l'accès à de nouveaux marchés (36 %).

Garder sous la main ses données stratégiques

Autre fait saillant, 50 % de nos petites entreprises se battent bec et ongles pour réduire leurs dépenses. On comprend pourquoi 66 % des PME-PMI de moins de 250 employés utilisent déjà des applications Saas (Software as a Service, ces logiciels loués à la demande sur internet) gratuites, d'après une étude d'Edge Strategies datée de mars 2011. Cependant, 42 % des PME-TPE devraient souscrire au moins un service payant de l'informatique en nuage dans les trois prochaines années. Qu'il s'agisse d'infrastructures (IaaS), de plates-formes (PaaS) ou de logiciel (SaaS), le payant est le segment du cloud qui se développe le plus vite.

Tout n'est pas pourtant gagné d'avance, même si Gartner annonce une croissance mondiale du cloud à 18,9 % pour la période 2010-2015, passant de 74,3 à 176,8 milliards de dollars. Quant à la France, selon Markess International, son marché devrait atteindre 2,3 milliards d'euros cette année, contre 1,9 milliard en 2010. Les prévisions pour 2013 s'établissant à 3,3 milliards, soit 7 % du marché des logiciels et services informatiques. Traduction : dans leur écrasante majorité, les entreprises, et notamment les TPE-PME,

TÉMOIGNAGE

« Fini le cauchemar de la migration de version »



Dominique Bayle, DSI de la fondation ICM (Institut du cerveau et de la moelle épinière).

Du produit chimique au microscope électrique, les chercheurs de la fondation ICM (Institut du cerveau et de la moelle épinière) gèrent eux-mêmes leur budget. Objectif : concilier maîtrise des coûts et exigence de transparence envers les donateurs.

« Lorsqu'on nous annonce la nouvelle version six semaines à l'avance, je peux la voir grâce à un lien et faire des commentaires », explique Dominique Bayle, le DSI qui a opté pour SAP Business Bydesign, l'ERP en mode Saas de l'éditeur allemand. « Nos données

sont intégrées à une pré-version qui, une fois acceptée, entre en production, poursuit le DSI. L'outil comporte des fonctions d'e-learning, agrémentées de cas d'application en entreprise. On n'a pratiquement plus besoin de mode d'emploi ! »

maintiennent leur système d'information classique avec des logiciels on-Premise (installés sur les serveurs ou les PC de l'entreprise). « Elles externalisent des applications périphériques telles que la paie, la messagerie ou le décisionnel... Mais elles gardent sous la main leurs données stratégiques de gestion », analyse Jean-Marie Vigroux, président de Sylob, éditeur d'un ERP pour l'industrie et le négoce.

Autre cause de scepticisme : « Le Saas revient à faire payer une seconde fois à l'entreprise son progiciel à partir de la troisième ou quatrième année », attaque Olivier Hutteau, directeur général de l'éditeur d'ERP AG2L. En effet, les TPE-PME ont l'habitude d'amortir leur progiciel de gestion intégré en

cinq ans et de l'utiliser pendant sept ans. Ce qui n'empêche pas ces entreprises de lorgner de plus en plus vers le cloud, afin de transformer les coûts fixes de leurs immobilisations en frais variables à la demande.

Revoir le rôle de la DSI

Progressive, l'acceptation du cloud passe d'abord par l'hybride : « A côté de l'ERP installé sur les serveurs de l'entreprise, les PME recourent au Saas pour des fonctions stratégiques, comme la gestion de trésorerie et les outils de pilotage. Ou pour des fonctionnalités métier verticales, tel le dédouanement. La liaison entre l'ERP et ses services Saas se fait alors grâce à des services

« web », explique Mikaël Bénair, directeur général des divisions moyennes et grandes entreprises et export de Sage, dont l'ERP X3 est désormais full web. Autre facteur de choix du cloud : « *Sous le contrôle de leur direction administrative et financière, les métiers disposent de microbudgets pour s'offrir des solutions cloud sans passer par la DSI. Notamment dans la sphère des ressources humaines* », reprend Mikaël Bénair.

Une solution simple et réactive

Pour les TPE créées par de jeunes entrepreneurs, qu'il s'agisse de start up high-tech ou de sociétés plus traditionnelles, le calcul en faveur de cette informatique en nuage est vite fait : « *Je voulais une solution réactive, facile et rapide à mettre en œuvre* », explique

Thibault Lamarque, 32 ans, fondateur de Castalie, démarré en juillet dernier, qui installe des machines de micro-filtration et d'embouteillage d'eau du robinet chez les restaurateurs. Grâce au bouche à oreille, il a choisi la solution de facturation, devis et relances de Myfacture.com. « *J'ai téléchargé mon logo, puis j'ai fourni les renseignements qu'on me demandait (nom, adresse, numéro de Siret, Siren et TVA intracommunautaire...).* Enfin, j'ai défini les produits... En une heure, j'étais opérationnel », poursuit ce patron, qui sous-traite sa comptabilité à un expert-comptable. « *En rajoutant de nouveaux produits directement dans la facture, j'enrichis dynamiquement la base de données produits. Et je bénéficie d'une aide en ligne par chat et de la possibilité d'envoyer les factures par courriel.* » A moins de 13 euros par mois et par utilisateur, c'est une bonne solution quand on débute.

VERBATIM



RUNISO

« Dans le cloud, la sécurité reste un frein majeur. Les entreprises perdent le contrôle de la localisation de leurs données. Sans compter qu'il est très compliqué de migrer ces dernières vers l'application d'un fournisseur concurrent. »

Sébastien Baert, cofondateur de Runiso



SAGE

« Le Saas suscite encore beaucoup de questions sur la maîtrise de l'outil, la continuité de service, la sécurité et la confidentialité dans la gestion des données critiques. Il demeure un concept flou pour une grande partie des PME. »

Claude Cordier, directeur marketing PME de Sage

Les grands éditeurs disposent enfin d'offres matures

A côté des nouveaux entrants, certains éditeurs historiques font leur révolution cloud. A l'instar de SAP, avec sa solution Business Bydesign, hébergée en Allemagne dans les datacenters de l'éditeur pour déjà 650 sociétés. Cette offre, entièrement réécrite pour le Saas, démarre à partir de 15 000 euros par an pour dix utilisateurs. Bien sûr, elle ne s'adresse pas aux TPE, mais plutôt aux PME réalisant au moins deux millions d'euros de chiffre d'affaires et cherchant à se développer à l'international. Ou encore à celles qui s'appêtent à lever des fonds auprès d'investisseurs. « *En dehors de la paie, le produit est déjà localisé dans les réglementations de 15 pays* », précise Vincent de Poret, directeur du développement commercial de la solution. Souvent critiqué pour sa lourdeur et sa rigidité, l'éditeur a néanmoins accompli de gros efforts en matière d'ergonomie. Entre autres, en créant un assistant électronique d'installation, avec estimation du temps et des coûts.

En parallèle, un grand nombre d'éditeurs démarrent d'emblée en Saas. Citons ainsi Bittle qui, à partir de l'environnement de développement d'applications de Google, propose pour 29 euros par mois et par poste, de l'informatique décisionnelle (ta-

VERBATIM



MCAFFEE

« Dans les PME, on voit poindre deux grands besoins de

services à la demande : la gestion de la messagerie (antivirus, antispam et archivage) et celle des flux de navigation web. »

David Grout, directeur technique de McAfee France



GOOGLE ENTERPRISE

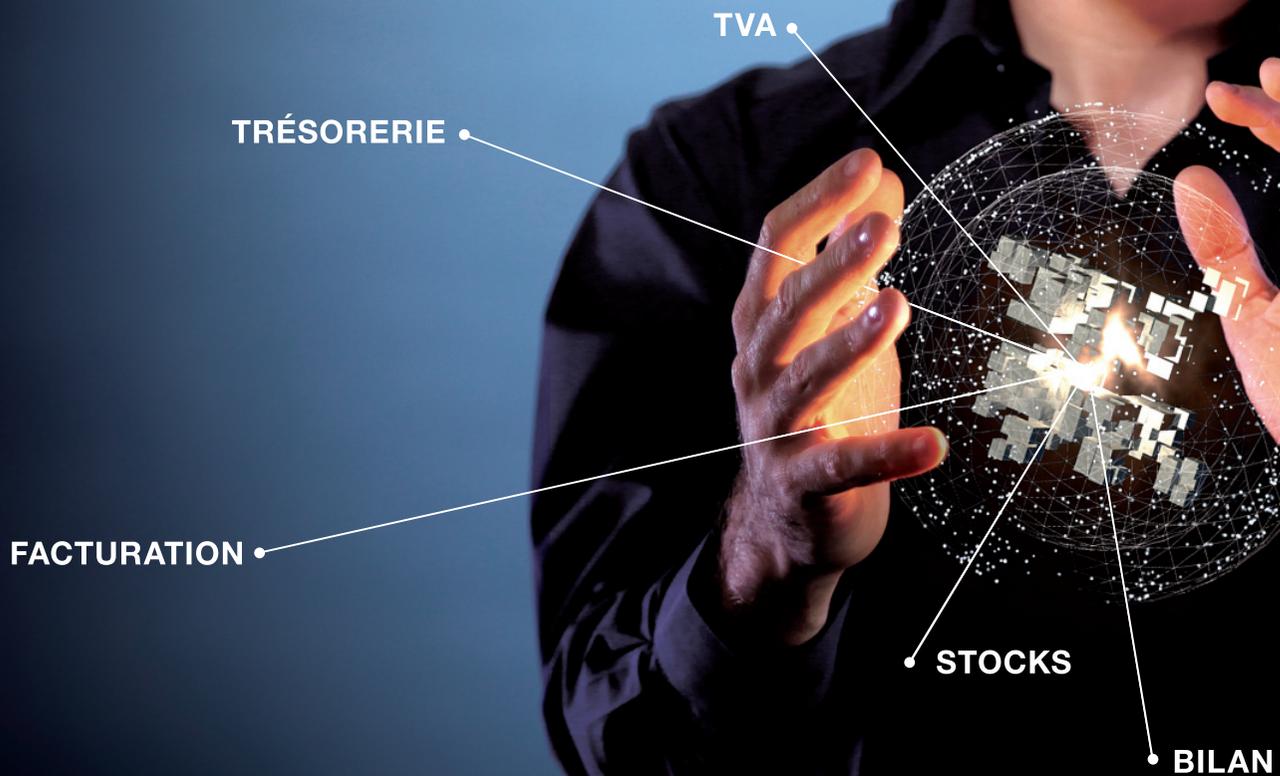
« Pour être rentables, les start up ont besoin de se consacrer à

ce qu'elles font de mieux : développer leur croissance. Et elles n'ont aucune envie de traiter les problèmes de maintenance de leur système informatique ou les mises à jour régulières. »

Neil Delaney, directeur des ventes TPE-PME pour Google Enterprise EMEA

bleaux de bord et reporting). Ou Kao-lab, ce bureau d'études spécialisé dans le traitement des images, qui s'appête à lancer un service cloud de vidéo-surveillance en 2D et en 3D pour les particuliers et les entreprises. Quant aux cinq géants européens de l'aéronautique et de la Défense (Airbus, Dassault Aviation, EADS, Safran et Thales), ils vont standardiser pratiques et outils métier avec leurs fournisseurs dans le Boostaerospace. D'ici à la fin de l'année, ce cloud délivrera Air Collab, qui proposera des espaces de travail privés et des e-meetings, mais aussi Air Supply, un outil de logistique et d'échanges collaboratifs. Sans oublier Air Design PLM, favorisant le partage de maquettes numériques. Une alternative européenne à l'Américain Exostar, qui réunit notamment Boeing, Lockheed Martin et Raytheon. ■ ERICK HAEHNSEN

EBP, L'OUTIL DE GESTION DE VOS AMBITIONS



La gestion quotidienne de votre PME demande beaucoup d'énergie. Pour vous organiser, EBP conçoit des logiciels de gestion adaptés à vos besoins :

ERP, Relation clients (CRM), outils décisionnels, statistiques avancées, facturation, stocks, comptabilité générale et analytique, finances...

Pour une parfaite maîtrise de votre croissance, choisissez EBP.



01 34 94 83 14
www.ebp.com


LOGICIELS DE GESTION

À la maison ou en entreprise, tous « consommateurs » de numérique

« En 2015, les entreprises généreront la moitié de leurs ventes au travers de leur présence sociale et de leurs applications mobiles. » Tel est l'avis de Gene Alvarez, vice-président de la recherche chez Gartner. « *Toujours plus nombreux, les utilisateurs de smartphones s'attendent dorénavant à une "expérience client" qui combine applications mobiles et réseaux sociaux. Cette "consommation" des usages informatiques aura un impact sur tous les secteurs d'activité.* » PC fixes et portables, netbooks, tablettes, smartphones... la panoplie des équipements électroniques pour accéder aux systèmes d'information ne cesse de s'élargir. De même, à mesure que les services client des entreprises développent leurs accès en multicanal (téléphone, courriel, sites web, mobilité, réseaux sociaux...), les salariés s'attendent aujourd'hui à une présentation consumériste de leur informatique d'entreprise. En parallèle, la paroi des usages informatiques entre univers professionnel et personnel devient tellement poreuse qu'elle tend à disparaître. Ce qui n'est pas sans poser de nouveaux problèmes de sécurité.

Les initiatives « sociales » se déploient tous azimuts

Maîtriser sa e-réputation, conquérir et fidéliser des clients, développer son activité... les réseaux sociaux, ainsi que leur version mobile, font désormais partie des outils quotidiens pour structurer le développement des TPE-PME. Sur ce terrain, l'imagination est sans borne. Parmi les nouveautés, citons Plugsurfing, un réseau européen pour recharger sa voiture électrique chez des « amis ». Ou Limitedpdx, qui offre aux artistes la possibilité d'exposer leurs œuvres pour les livrer aux « j'aime » sur Facebook ou autres réseaux sociaux afin de faire monter leur cote. Autre idée, Vifib, un réseau social international qui permet de construire, d'administrer et de gérer son propre datacenter à la maison. Mieux, les membres de Vifib peuvent échanger de la capacité cloud entre « amis » autour d'une sorte

TÉMOIGNAGE

« Un réseau social pour les entrepreneurs du cloud »



Jean-Paul Smet, gérant de la start up française Vifib.

A l'instar des géants du net (Google, Facebook, Twitter...), la start up française Vifib a développé SlapOS, un système de gestion automatisée de la répartition des processus et des données sur des machines, qui remplace les classiques machines virtuelles du cloud. Mais à la différence des ténors d'internet, Vifib a « libéré »

le code de SlapOS et créé une offre à destination de milliers d'entrepreneurs de cloud : documentation technique, formations, service d'accompagnement et outils de gestion pour piloter l'activité. Une activité qui peut intéresser des particuliers, voire des « artisans du cloud ». Mieux, ces nouveaux opérateurs auront la possibilité de

s'aider entre « amis ». « *Vifib dispose d'un superviseur centralisé et d'un réseau social professionnel pour acheter ou vendre de la ressource* », précise Jean-Paul Smets, le gérant de la jeune pousse. Les réseaux sociaux sont nés dans le nuage. A présent, c'est le nuage qui déploie son réseau social.

de place de marché. Mentionnons enfin Pagesjaunes qui, depuis mai dernier, fournit aux commerçants et aux TPE-PME un nouveau canal d'interaction avec le public. Sa prochaine version préfigure l'avenir des réseaux sociaux en incorporant la navigation immersive 3D.

Une chose est sûre : si les réseaux sociaux « consomèrent » de façon irréversible nos usages de l'informatique, ces plates-formes collaboratives imposent toutefois de respecter certaines règles en entreprise. « *Nous utilisons en interne des outils de messagerie unifiée (chat, visioconférence...).* Mais pour que ces derniers soient bien accep-

tés, il faut qu'ils apportent une réelle notion de plaisir aux utilisateurs, indique Philippe Tessier, directeur marketing France de Plantronics, fabricant de casques et d'oreillettes téléphoniques sans fil. *Or ces outils comportent un indicateur de présence qui est, en fait, très mal perçu par les usagers. A tel point que certains collaborateurs préfèrent se déconnecter plutôt que de dire qu'ils ne sont pas disponibles.* » Traduction : avant de déployer les outils sociaux et collaboratifs au sein de l'entreprise, la direction a tout intérêt à expliquer clairement aux employés ses intentions. « *Sous peine de voir le taux d'adoption de ces outils ne pas dépasser*

PC PORTABLES LDLC, LA MOBILITÉ À PRIX ACCESSIBLE

LDLC AURORE BS1-I3-8-H5-P

Un rapport qualité/prix optimal



PROCESSEUR
INTEL® CORE™ i3-2350M

DISQUE DUR
500 GO

MÉMOIRE
8 GO



Jusqu'à 5h d'autonomie / Wi-Fi N et Bluetooth / Webcam 1,3 Mégapixels avec microphone intégré / Graveur DVD multi formats / Lecteur de cartes mémoire intégré / Sacoche de transport et pavé numérique fournis

535€08 HT

Existe aussi sans OS : 401€30 HT

LDLC SATURNE SB3-I7-8-S1-P

Mobilité et performance !



PROCESSEUR
INTEL® CORE™ i7-2670QM

DISQUE DUR
SSD 128 GO

MÉMOIRE
8 GO



Jusqu'à 5h d'autonomie / NVIDIA® GeForce® GT 540M / Wi-Fi N / Haut-parleurs THX TruStudio Pro / 2 ports USB 3.0 / Technologie NVIDIA® Optimus™ : gestion de l'autonomie de la batterie / Sacoche de transport LDLC, lampe flexible USB et antivol à code fournis

836€08 HT

Existe aussi sans OS : 719€02 HT

LDLC VULCAIN SM1-2-H50-P

Econome et autonome



PROCESSEUR
CELERON® DUAL-CORE SU2300

DISQUE DUR
500 GO

MÉMOIRE
2 GO



Jusqu'à 5h30 d'autonomie / Wi-Fi N / Webcam 1,3 Mégapixel et microphone intégrés / Housse de transport LDLC noire fournie

418€02 HT

Existe aussi sans OS : 284€24 HT

DÉCOUVREZ TOUS LES ORDINATEURS PORTABLES LDLC SUR NOTRE SITE



WWW.LDLC-PRO.COM

+ DE 15 000 RÉFÉRENCES EN INFORMATIQUE ET HIGH-TECH

EXPÉDITION ÉCLAIR 24-48H* - MODES DE PAIEMENT ADAPTÉS - 30 EXPERTS À VOTRE ÉCOUTE



Prix affichés H.T. hors frais de port et incluant l'éco-participation. Offre dans la limite des stocks disponibles. Pour plus de détails, connaître les disponibilités et prix en temps réel, consultez les fiches produits sur notre site. Toutes les marques citées appartiennent à leurs détenteurs respectifs. Photos non contractuelles.

* Livré en moins de 24h pour toute commande passée avant 15h sur produits en stock - voir conditions sur le site www.ldlc-pro.com.

« les 20 % », poursuit Philippe Tessier. En effet, les collaborateurs risquent de se sentir épiés.

Modifier l'organisation de l'entreprise

Autre exigence consumériste des réseaux sociaux par les TPE-PME, l'ergonomie. A cet égard, la simplicité de Facebook a fait école. Conséquence : « Si l'outil est simple à utiliser, c'est gagné. Il sera adopté. Et s'il est porté en mobilité avec toutes les fonctionnalités des outils sociaux grand public, on assistera à une explosion des usages, évangélise Pierre-Olivier Chotard, directeur marketing Europe du sud de Salesforce. En revanche, si l'outil s'avère complexe, les salariés vont peut-être y recourir au début. Mais, dès le premier retour de

vacances, ils auront tout oublié et ne l'emploieront plus. » Reste que l'adoption des réseaux sociaux modifie parfois l'organisation de l'entreprise. Ainsi, à l'instar des DRH ou des cabinets de recrutement qui « chassent », en interne, sur les réseaux sociaux publics comme LinkedIn, Facebook ou Viadeo, les collaborateurs se mettent à chercher en direct les compétences qui les intéressent. Sans passer par un intermédiaire hiérarchique... De même, « celui qui a une bonne idée peut la poster sur son "mur" afin de trouver des "partenaires" internes qui l'aideront à la promouvoir. Cela modifie la physionomie de la collaboration, qui devient plus horizontale et moins hiérarchique », reprend Pierre-Olivier Chotard.

Chaque médaille ayant son revers, le tandem réseaux sociaux-mobilité comporte ses failles de sécurité qu'il est nécessaire d'anticiper. « Dans les TPE-PME, les utilisateurs achètent souvent leurs smartphones en direct. Et c'est avec leur terminal privé qu'ils veulent se connecter au système d'information de l'entreprise. C'est normal, les gens ont leur smartphone en permanence avec eux. C'est tellement pratique, analyse Jean-René Rousseau, consultant en mobilité. Cependant, sur les 15 milliards d'applications téléchargées, il existe d'énormes risques de sécurité dont les gens n'ont pas conscience. Sous leur apparence innocente, certaines applications peuvent appeler un serveur et lui transmettre des données sur smartphone. »

Trois chances sur dix de télécharger un malware

Depuis l'année dernière, des botnets ont ainsi été créés à partir d'applications pour smartphones et tablettes. « Comme auparavant avec les PC », précise Thierry Evangelista, responsable sécurité chez Orange Business Services (OBS). Bien sûr, l'environnement des produits d'Apple et de l'App Store est plus sécurisé que celui d'Android. « Avec les mobiles, il y a trois chances sur dix de télécharger un malware », avertit Jean-René Rousseau. Le danger s'accroît d'autant plus que la porosité entre données d'entreprise et données privées augmente. « Car en cas de perte ou de vol du mobile, l'entreprise a le droit d'effacer à distance les données professionnelles mais pas les données personnelles », prévient Thierry Evangelista. Autre risque : « La responsabilité pénale

VERBATIM



TELECITY GROUP

« Pour se protéger au mieux, la TPE-PME recourt parfois à des

tests d'intrusion réalisés par des entreprises extérieures. Bien sûr, il faut prévenir l'équipe informatique. Mais sans indiquer la date ni le nom du prestataire. »

Stéphane Duproz, directeur général de Telecitygroup France



SYNOLIA

« Avec les réseaux sociaux, les PME disposent d'un nouveau canal

de communication. Il doit être utilisé intelligemment afin de véhiculer une image cohérente de l'entreprise et d'en faire un espace d'échanges avec les clients, prospects et partenaires. »

Stéphane Calimodio, cofondateur de Synolia

VERBATIM



SAGE

« Les sociétés qui tardent à se développer sur les réseaux sociaux vont

peiner plus que les autres. Mieux vaut apprendre à les gérer quand on est encore petit. Bâtir une communauté prend du temps. Plus on tarde à la construire, plus l'addition sera lourde. »

Frédéric Canevet, chef de marché CRM et gestion commerciale chez Sage



SAGE

« Dotées de peu de compétences, parfois mal ou insuffisamment

conseillées, les TPE-PME ne prennent souvent la mesure du risque qu'une fois qu'il est trop tard. Elles devront alors payer, parfois au prix fort, les conséquences d'une sécurité inadaptée. »

Renaud Bidou, directeur technique de Deny All

est engagée si les données de l'entreprise sont compromises », renchérit Jean-René Rousseau.

D'où l'intérêt des solutions de MDM (Mobile Device Management) comme celles de Zenprise ou de Sybase. Pour quelques euros par mois et par poste, elles gèrent les flottes d'appareils mobiles en environnement complexe afin de déployer les solutions de sécurité, de repérer les terminaux « jail breakés », d'identifier les listes noires d'applications interdites, et de séparer les données personnelles et professionnelles. « Déployer des applications mobiles sans prendre ces précautions relève, de la part d'un DSI, de la faute grave, estime Didier Roche-reau, directeur général de Zenprise. Les dirigeants commencent à prendre conscience de ces dangers. Mais surtout en réactif, pas encore suffisamment de façon préventive. » ■ ERICK HAEHNSEN

MOBILITÉ Des interventions de dépannage réorganisées via un module cartographique

Alliance Habitat optimise les tournées de ses techniciens de maintenance

Lorsque deux ou trois intervenants se retrouvent au même rendez-vous, cela trahit un sérieux manque de coordination. Ce qui arrivait trop souvent chez Alliance Habitat, une société de maintenance et de dépannage (sanitaire, chauffage, électricité, climatisation) chargée des logements sociaux du Pas-de-Calais (62). L'entreprise effectue quelque 40 000 interventions curatives par an sur tout le département. Afin d'optimiser les tournées de ses techniciens, elle a opté, en 2010, pour la solution Resource Management Suite d'Opti-Time. Un projet de 130 000 euros, dont 38 000 pour le logiciel.

Une facture de carburant allégée de 450 € par mois

D'ores et déjà, le logiciel fait économiser à l'entreprise 450 euros de carburant par mois, grâce à la rationalisation des tournées, et la trentaine de techniciens effectue en moyenne chacun une intervention supplémentaire par jour. « Auparavant, nous sous-traitons la prise d'appel à une société tierce, qui se chargeait d'affecter les interventions aux techniciens », explique Christian Senez, directeur technique d'Alliance Habitat. Mais cela se faisait au coup par coup, sans possibilité d'optimiser



L'entreprise assure les interventions annuelles dans les HLM de la ville d'Arras, entre autres.

les tournées. D'où des kilomètres inutiles, voire des cafouillages dans les rendez-vous. »

En 2009, Alliance Habitat teste trois solutions du marché d'optimisation de tournées et retient celle de l'éditeur Opti-Time, « notamment parce qu'elle dispose d'un module cartographique, grâce auquel les tournées sont organisées en fonction des adresses des locataires qui demandent un dépannage et des secteurs affectés à chaque intervenant ». Les appels sont reçus chez Alliance Habitat par deux standardistes, et une secrétaire en renfort en cas de surcharge. Celles-ci entrent le nom de l'appelant, son adresse et la nature de la panne dans le moteur d'optimisation d'Opti-Time. Comme les délais d'intervention courent sur vingt-quatre ou quarante-huit heures, le logiciel peut les regrouper par secteurs de façon à limiter le nombre de kilomètres : une économie au bénéfice de l'entreprise et un bon point pour l'environnement, puisque les véhicules roulent moins. Chaque matin, les techniciens se rendent à leur bu-

reau pour prendre leur planning journalier et leur matériel. En fin de journée, ils reviennent pour remplir leur fiche de travaux, saisie manuellement dans le moteur de la solution, lequel met à jour le planning du lendemain. Ces données sont également injectées dans le système d'information d'Alliance Habitat, qui adresse chaque mois à ses clients (l'Office de HLM, par exemple) la liste des interventions pour facturation.

Un système efficace, sauf le week-end

Alliance Habitat envisage désormais de doter ses techniciens de smartphones. Ainsi, ils recevront par ce biais leur planning et rempliront également leur fiche de travaux, qui sera directement injectée dans le logiciel Opti-Time et dans le système d'information. Ce processus évitera des ressaisies et optimisera davantage la solution.

En fonction depuis quelques mois, le système donne toute satisfaction, notamment aux techniciens qui apprécient de ne plus avoir à sillonner inutilement la région. Toutefois, Christian Senez émet un léger bémol : « Opti-Time ne rentre pas assez vite dans son module cartographique les nouvelles adresses, comme celles des lotissements récemment construits. Heureusement, les techniciens et les standardistes connaissent leur secteur par cœur et savent s'y retrouver. »

Excepté la nuit et les week-ends, car le standard ne répond plus et les demandes d'intervention sont renvoyées vers un sous-traitant. Et lorsque le système ne reconnaît pas la nouvelle adresse, l'appel s'avère inutile si la personne qui l'a pris ignore où se trouve le quartier concerné, car elle ne peut alors pas affecter le dépannage à un intervenant. « Le locataire doit rappeler le jour ouvré suivant », déplore le directeur technique. Ce qui est ennuyeux, mais cela reste un défaut mineur, à côté des avantages que cette solution procure. » ■

JEAN-PIERRE SOULÈS

L'ENTREPRISE

ALLIANCE HABITAT

Activité : maintenance sanitaire, chauffage, électricité et climatisation des logements sociaux du Pas-de-Calais.

Effectif : 40 personnes.

Clients : 12 000 logements.

LE PROJET

Problème à résoudre : optimiser les tournées des techniciens.

Solution déployée : Opti-Time Resource Management Suite, d'Opti-Time.

Difficultés rencontrées : mise à jour des nouvelles adresses dans le module cartographique.

GRANDE DISTRIBUTION La société Smartbox migre vers la base de données Oracle 11g

Quand haute disponibilité et temps réel font partie du business model

Smartbox fonde son succès sur les performances d'Ariane, son application de gestion des flux de chèques-cadeaux. Le fonctionnement même de la PME, dont les produits sont disponibles en grande distribution (Fnac, Virgin, La Poste...), repose sur cette application critique. C'est par elle que le commerçant active, au passage en caisse, le numéro de chèque que le bénéficiaire présentera à l'un des 9 000 partenaires Smartbox. Grâce à elle encore, ses partenaires enregistrent sur leur extranet les chèques en statut réservé. La disponibilité de la plate-forme Ariane s'avère primordiale. « Notre problématique est identique à celle des titres-restaurant, car nous devons assurer la traçabilité de tous les numéros de Smartbox que nous distribuons : où sont les coffrets cadeau, sont-ils vendus, consommés, périmés ? explique Valérie Bourbon-Malandain, la DSI de Smartbox. Le temps réel constitue la meilleure manière de nous prémunir des problé-

« Il nous faut être performants en permanence, le système doit être accessible 24 h/24, 7 j/7 »

matiques de fraude ou de vol. » Car il est facile de noter le code à neuf caractères d'une Smartbox exposée sur un présentoir et de tenter de l'utiliser auprès d'un partenaire. La disponibilité d'Ariane représente un maillon important de la sécurité.

La plate-forme Ariane a été développée avec l'aide de Tilbury, un prestataire spécialisé dans l'industrie des biens de grande consommation. Dans un premier temps, il a été choisi de développer l'application en langage PHP et d'exploiter une base de données MySQL. La plate-forme web mise en place abrite donc la base des numéros commercialisés et, surtout, offre des services aux commerçants qui activent les Smartbox au moment de l'achat. Les enseignes de distribution ont généralement conçu des systèmes d'activation utilisant la



Valérie Bourbon-Malandain, DSI de Smartbox.

douchette des caisses pour lire les numéros des coffrets et les activer via ces services web. Quelques-uns recourent toutefois aux transferts de fichiers en mode batch. La base est synchronisée avec une table des codes de coffrets (les vouchers), créée dans l'ERP de la société - Navision de Microsoft pour le moment.

Lancée il y a quatre ans maintenant, cette architecture donne satisfaction. La base de données a entre-temps été basculée vers Microsoft SQL Server.

Mais Ariane va devoir évoluer beaucoup plus en profondeur. La croissance de l'entreprise impose en effet un changement d'ERP, et Smartbox a choisi JD Edwards EnterpriseOne d'Oracle. Valérie Bourbon-Malandain souhaite profiter de cette migration pour revoir l'architecture de l'application. « Nous avons intégré notre prestataire dans notre phase de choix de progiciel afin qu'il nous aide à identifier, pour chacune des solutions, les impacts sur l'application Ariane. »

Passer à l'international impose de nouvelles contraintes

La problématique de disponibilité est essentielle pour Smartbox : « Il nous faut être performants en permanence, le système doit être accessible 24 h/24, 7 j/7. Hors de question que le système ne soit pas disponible au moment où le bénéficiaire s'enregistre sur notre site et réserve la prestation qu'il a choisie. »

Or, l'entreprise se développant à l'international, l'application Ariane est désormais consultée à partir de tous les continents, sur tous les fuseaux horaires. « Nos plages de maintenance pour Navision se rétrécissent chaque jour, et il devient de plus en plus difficile de trouver des périodes de mise en production qui n'interrompent pas nos services vers les clients ou les distributeurs. Notre objectif est d'assurer que notre base de vouchers reste en ligne en permanence pour les activations aux passages en caisses, pour les agences de voyage, et nos activités sur le web. »

La migration vers JD Edwards est l'occasion, pour la DSI, de dissocier la base Ariane de l'extranet de celle de l'ERP, en s'appuyant sur la base Oracle 11g RAC acquise en même temps que le progiciel, ainsi que sur ODI, la brique d'intégration Oracle. A court terme, la base sera hébergée dans un datacenter sécurisé, avec accès aux réseaux haut débit redondés. Cela assurera une architecture réellement haute disponibilité ■

ALAIN CLAPAUD

L'ENTREPRISE

SMARTBOX

Activité : commercialisation de coffrets cadeau.

Effectif : 450 personnes à Levallois-Perret (92).

LE PROJET

Problème à résoudre : assurer la haute disponibilité de l'application Ariane.

Solution déployée : Oracle 11g RAC.

Difficultés rencontrées :

- maintenir la disponibilité de la base des vouchers en cas d'indisponibilité de l'ERP ;
- faire face à la croissance de la volumétrie des enregistrements stockés.

Coûts : inférieurs à 5 000 €.

RH Les applications en mode hébergé autorisent des déploiements rapides

Kiloutou choisit la location pour enrichir la gestion de ses ressources humaines

La société Kiloutou est plutôt bien équipée en matière d'outils informatiques RH. Lancée en 1996 avec la gestion administrative et celle de la paie de HR Access, la plate-forme du loueur s'est, depuis, constamment enrichie : gestion des notes de frais en 2000, outil d'e-learning en 2002, construction des budgets et des business plan en 2003 et 2004, saisie des congés en 2005. Depuis 2004, elle accueille également un module d'élection des représentants du personnel et des enquêtes d'opinion internes, dont chaque édition recueille plus de 65 % de participation.

En 2007, le prochain chantier de développement est identifié : ce sera la gestion des carrières (entretien d'évaluation et référentiel de compétences). Mais la crise de 2008 brise l'élan des responsables RH, qui se voient confrontés à un nouveau problème : HR Access annonce que la maintenance de la version 3.i, sur laquelle repose la plate-forme de Kiloutou, ne sera plus assurée à partir de 2012. « *Nous nous sommes demandé s'il fallait continuer avec cette solution, opter pour un autre éditeur, ou développer en interne* », se souvient David Lamiaux, DRH de Kiloutou.

Un audit du système d'information de gestion des ressources humaines (SIRH) est alors conduit et en révèle les



Depuis début 2011, les 700 managers du loueur bénéficient de cet outil d'aide à la décision.

bonnes performances. L'entreprise choisit donc de migrer sur HRa Suite 7, mais seulement en 2011. Cependant, elle ne souhaite pas attendre cette nouvelle version pour bénéficier de la

Le processus d'entretien s'appuie sur un formulaire identique pour tous les collaborateurs

gestion des carrières. Elle décide donc de souscrire à une offre Saas (Software as a Service). Fin 2009, un appel d'offres est lancé et Talentsoft remporte le projet face à Stepstone. « *La souplesse de la solution, son ergonomie et son évolution vers l'intégration d'autres outils, comme la gestion des formations, nous ont convaincus* », indique Benoît Paccu, responsable du recrutement et de la formation chez Kiloutou. Les responsables RH réfléchissent alors au processus de gestion de carrières. En 2008, ils refondent l'architecture et le contenu des entretiens annuels, puis lancent, en 2009, les revues d'effectif sur l'ensemble des régions. « *Nous ne sommes donc pas partis de rien* », souligne Benoît Paccu.

Dans sa nouvelle approche, Kiloutou décide de construire un processus d'entretien s'appuyant sur un formu-

laire identique pour tous les collaborateurs et d'élaborer un référentiel emplois-compétences. « *L'idée était de bénéficier, durant la campagne d'entretiens, du travail réalisé sur le référentiel emplois-compétences, en intégrant automatiquement dans le formulaire les aptitudes liées au métier et au rôle du collaborateur. Kiloutou a ainsi bénéficié d'un questionnaire unique, mais personnalisé* », explique Alexandre Pachulski, directeur produits chez Talentsoft. Les données administratives des salariés et les éléments d'analyse associés ont, eux, été extraits de la plate-forme existante grâce à des interfaces développées par l'éditeur.

Des tableaux de bord personnalisables

Kiloutou a par ailleurs obtenu de Talentsoft qu'il revoie la fonctionnalité « organigramme de remplacement ». « *Nous souhaitons obtenir une présentation par pictogrammes afin de visualiser, en un coup d'œil, toute l'information relative aux mouvements des cadres de l'entreprise*, indique David Lamiaux. Grâce à ce réajustement, et à des fonctionnalités comme les simulations de « passerelles emplois », la solution est une véritable aide à la décision. » De plus, les tableaux de bord sont évolutifs et personnalisables par tout administrateur RH, moyennant une formation de quarante-huit heures. « *Aucune intervention de Talentsoft n'est nécessaire* », insiste Alexandre Pachulski. La solution a été déployée fin 2010 dans la région pilote Nord Champagne. Ensuite, parallèlement aux fiches emploi (les référentiels de compétences), elle a été progressivement mise à disposition des 700 managers concernés, à partir de début 2011. Et le retour sur investissement ? « *Nous n'avons pas réalisé d'économies, mais nous attendons beaucoup en termes de gain de temps pour nos managers, et d'aide à la décision pour l'évolution des carrières de nos collaborateurs* », confie David Lamiaux. ■

JULIETTE FAUCHET

L'ENTREPRISE

KILOUTOU

Activité : location de matériels pour BTP pour professionnels et particuliers.

Effectif : 2 300 collaborateurs.

CA 2009 : 265 M€.

LE PROJET

Problème à résoudre : optimiser la gestion des RH en ajoutant un module carrières à sa plate-forme SIRH... en attendant la migration de cette dernière vers une version plus récente.

Solution déployée : outil de gestion des carrières de Talentsoft en mode Saas. Location annuelle sur la base du nombre de personnes gérées.



BANC D'ESSAI Six tablettes tactiles 10 pouces

Les tablettes ciblent aussi les entreprises

Surfant sur la vague du succès mondial de l'iPad d'Apple, les grands fabricants se sont engouffrés dans le secteur des tablettes tactiles. Il y a encore un an ou deux, la réelle utilité d'un tel produit, à mi-chemin entre le netbook et le smartphone – sans que, pour autant, il puisse se substituer vraiment à l'un ou à l'autre –, n'était pas évidente. Aujourd'hui, la tablette, en dépit d'un prix élevé et d'un usage pas forcément indispensable, trouve de plus en plus sa place en entreprise. D'autant que le développement de magasins d'applications – toutes catégories confondues (jeux, réseaux sociaux, bureautique, à télécharger gratuitement ou de façon payante) – a multiplié les usages possibles des tablettes, contribuant à leur succès. Pour preuve, sur les cinq premiers mois de cette année, GFK France annonce 350 000 tablettes vendues en France et prévoit qu'il y en aura un million sur le marché à la fin 2011. Parmi les nouveaux modèles des fabricants,

voici une sélection de six tablettes des principaux constructeurs, choisies parmi les modèles les mieux équipés, susceptibles de répondre aux principaux usages et présentant un maximum d'ergonomie.

Des concurrents pour Apple

Le défi pour les produits testés : se mesurer à l'iPad 2, qui reste la tablette la plus vendue au monde ! La qualité de l'écran tactile, l'autonomie, l'ergonomie et la richesse fonctionnelle (incluse ou potentielle via des magasins d'applications) ont donc été des critères prépondérants. Hormis Windows, qui n'est pas vraiment adapté aux tablettes, tous les systèmes d'exploitation sont présents dans cette sélection : iOS (Apple), Android (Google) pour bon nombre de modèles, et le récent BlackBerry Tablet OS (RIM).

STÉPHANIE MOLINIER
AVEC LA RÉDACTION DE 01

SAMSUNG Galaxy Tab 10,1 (32 Go)



On aime son design élégant, sa finesse et son écran lumineux, le meilleur de la sélection. Puissant, Galaxy lit les vidéos jusqu'en HD 1 080 pp et supporte de nombreux formats multimédias et audio. Enfin, son capteur photo compte parmi les plus performants. Seul regret : l'unique connecteur propriétaire.

www.samsung.com

Note globale **7,8**

Mention **BIEN**

1^{er}

589€

MOTOROLA Xoom 3G (32Go)



Ce pur produit Google propose des performances remarquables. Il est aussi ultra-autonome (jusqu'à dix heures en navigation et huit heures en lecture de vidéos) et richement équipé. Un peu lourd, Xoom séduit néanmoins par son design soigné.

www.motorola.com

Note globale **7,7**

Mention **BIEN**

579€

2^e

ASUS Eee Pad Transformer TF101 (32Go)



En plus des qualités communes aux modèles ici testés (affichage, autonomie, équipement), la tablette d'Asus a la particularité appréciable de pouvoir se transformer en netbook grâce à une station optionnelle. Son défaut : l'absence de compatibilité 3G.

<http://fr.asus.com>

Note globale **7,6**

Mention **BIEN**

499€

3^e

APPLE iPad2 3G (32Go)



Si l'iPad 2 offre une ergonomie quasi parfaite, un écran tactile d'une précision inégalée et une excellente autonomie, il présente aussi des lacunes au niveau de l'équipement (absence de lecteurs de carte mémoire, faiblesse du capteur photo). Dommage.

www.apple.com

Note globale **7,55**

Mention **BIEN**

711€

4^e

ACER Iconia TAB A501 (32Go)



Si la tablette 3G d'Acer bénéficie d'un équipement riche et offre de bonnes performances, son autonomie est la plus faible de ce banc d'essai. Une lacune compensée par une connectique originale, capable d'accueillir une clé de stockage USB. Pratique !

www.acer.fr

Note globale **7,12**

Mention **BIEN**

599€

5^e

LG Optimus PAD



Malgré quelques imperfections, l'Optimus Pad n'en demeure pas moins une tablette efficace. Les vidéastes en herbe apprécieront les deux capteurs de 5 mégapixels qui permettent la réalisation de séquences en 3D.

www.lg.com

Note globale **7,09**

Mention **BIEN**

599€

6^e

ATTENTION Les prix que nous publions dans le tableau nous ont été communiqués par les constructeurs en septembre 2011. Ils incluent la TVA et ils n'ont qu'une valeur indicative, les commerçants étant libres de les modifier.



BANC D'ESSAI Six PC portables 15,6 pouces

Une gamme adaptée aux PME

En matière de portables, le PC de 15,6 pouces reste l'ordinateur préféré des Français. D'après les études, il représente toujours plus du tiers des ventes globales de ce type de machines, devant les netbooks (25 %) et les 17 pouces (environ 20 %). Un engouement qui s'explique par la grande diversité de la gamme, avec des modèles de toutes les couleurs et à tous les prix. Par ailleurs, on les trouve aussi bien chez des enseignes spécialisées qu'en grande distribution...

Confortables, les portables 15 pouces peuvent remplacer un PC de bureau vieillissant et offrent un sérieux gain de place. Les machines premiers prix bénéficient d'un bon équipement (sans pour autant que les composants embarqués soient low cost) et d'un design séduisant. Leur disque dur (de 500 à 1 000 Go) permet de stocker sans compter. Et si cela ne suffit pas, on peut exploiter leurs ports USB 2.0 et 3.0 pour relier des unités de stockage

externes. Autre bonne surprise de ce banc d'essai : l'autonomie continue de progresser depuis l'arrivée de la plateforme Sandy Bridge d'Intel et de ses processeurs Core i3 et Core i5, peu gourmands en énergie. Certes, ces PC ne sont pas faits pour être transportés tous les jours (ils pèsent environ 2,5 kg), mais ils peuvent tenir plus de 3h30 loin de toute prise électrique.

Pour tous les usages

Evidemment, tous les ordinateurs portables testés ici sont également bien armés pour le multimédia, la bureautique et la navigation web. Beaucoup sont d'ailleurs livrés avec des logiciels en version complète ou d'évaluation touchant à tous les usages. Mention spéciale à Packard Bell, qui continue de fournir la suite complète Adobe Elements (version 9) sur ses PC.

AYMERIC SIMÉON
AVEC LA RÉDACTION DE 01

HP
Pavilion dv6-6161sf

Le plus puissant, le plus polyvalent et, surtout, le plus autonome du comparatif ! Avec, en plus, une bonne finition et un système audio performant.

www.hp.com/fr

Note globale	7,6
Mention	BIEN
Rapport qualité/prix	6,7
Mention	BIEN

1^{er} **699 €**

PACKARD BELL
Easynote
TSX66-HR-011FR

L'Easynote est un joli modèle mais ses couleurs pourraient déplaire. Par contre, ses qualités et sa polyvalence sont indéniables. Et son gros disque dur est appréciable.

www.packardbell.fr

Note globale	6,9
Mention	BIEN
Rapport qualité/prix	6
Mention	PASSABLE

2^e **699 €**

ACER
Aspire 5755G
2414G75Mn

Bien fini et silencieux, cet Acer aurait pu être mieux placé si son écran avait été de meilleure qualité. La partie audio est idéale pour profiter d'un bon film à deux.

www.acer.fr

Note globale	6,5
Mention	BIEN
Rapport qualité/prix	6,6
Mention	BIEN

3^e **599 €**

MEDION
Eraser Akoya
MD97862

L'Akoya pêche par son design un peu trop massif et ses plastiques brillants. S'il est plutôt doué pour le jeu, il se révèle le plus bruyant de notre sélection.

www.medion.fr

Note globale	6,3
Mention	BIEN
Rapport qualité/prix	5,5
Mention	PASSABLE

4^e **699 €**

DELL
Inspiron 15R (5110)

Grand classique de Dell, l'Inspiron est une bonne surprise à prix contenu. Il est doté d'une connectique riche, d'une configuration équilibrée et d'un bon écran.

www.dell.fr

Note globale	6,1
Mention	BIEN
Rapport qualité/prix	6,4
Mention	BIEN

5^e **579 €**

ASUS
X53SJ-SX534V

Son ergonomie est digne d'un modèle haut de gamme. Dommage que l'écran soit peu flatteur et qu'il n'y ait aucune prise USB 3.0. Avec ce modèle, pas question de jouer !

www.asus.fr

Note globale	5,7
Mention	PASSABLE
Rapport qualité/prix	5,8
Mention	PASSABLE

6^e **599 €**

ATTENTION Les prix que nous publions dans le tableau nous ont été communiqués par les constructeurs en septembre 2011. Ils incluent la TVA et ils n'ont qu'une valeur indicative, les commerçants étant libres de les modifier.



BANC D'ESSAI Six multifonctions à moins de 100 euros

L'impression-copie couleur à petit prix

En octobre 2010, il fallait encore compter près de 130 euros pour une imprimante multifonction convenable. Six mois plus tard, le prix de base pour un modèle Wi-Fi performant en bureautique et en photo était de 80 euros. Notre panel – de 69 à 99 euros – résume bien l'offre d'entrée de gamme des principaux acteurs du secteur. Dès les premiers prix, ces appareils font de bons copieurs d'appoint, sans PC. Pour nombre d'utilisateurs, c'est d'ailleurs la principale motivation d'achat d'une tout-en-un à jet d'encre.

Depuis le panneau de contrôle, l'utilisateur choisit facilement le type et le nombre de copies. Comme attendu, le scanner intégré des six appareils testés (1 200 ou 2 400 ppp) ne vaut pas un modèle spécialisé dans la numérisation de vieilles photos ou de négatifs, mais il suffit largement pour réaliser de bonnes copies A4. Trois de ces machines à moins de 100 euros s'offrent même le luxe de posséder un chargeur

de documents pour copier ou numériser rapidement un document de plusieurs pages. Surprise, ces mêmes modèles embarquent aussi la fonction fax.

Gare aux cadences d'impression

Côté qualité d'impression bureautique, ces multifonctions se valent. Ce qui varie fortement, c'est la cadence d'impression. HP propose la machine la plus rapide de la grille, avec 16,7 pages par minute (ppm) en noir et 6,8 ppm en couleurs, contre 7 ppm en noir et 2 ppm en couleurs pour les appareils les plus lents de notre comparatif (Canon MX360). Par contre, aucun des six modèles ne gère l'impression recto verso automatiquement, faute de module idoine. Dommage ! Une telle fonction nous paraît plus utile pour une utilisation quotidienne dans une TPE qu'un télécopieur. ■

SLOBODAN DRAGOVIC,
AVEC LA RÉDACTION DE OI

CANON
Pixma MX410



Bon rapport qualité/prix pour cette Canon très polyvalente. On aime le chargeur automatique de documents et le module fax couleur. Les photos sortent vite et bien. Coût d'impression convenable.

www.canon.fr

Note globale	7,2
Mention	BIEN
Qualité / Prix	7,3
Mention	BIEN

1^{er} **99 €**

HP
Photosmart Wireless eAIO (b110a)



Le modèle B110a est le plus économique en encre (avec les cartouches standards). Il profite de l'excellent système ePrint pour l'impression directe depuis un smartphone ou une tablette.

www.hp.com

Note globale	6,7
Mention	BIEN
Qualité / Prix	7,5
Mention	BIEN

89 €

2^e

CANON
Pixma MX360



Cette MX360 est moins bien dotée que la MX410 côté scanner et n'a pas de Wi-Fi, mais embarque un fax. En outre, elle intègre un chargeur de documents et imprime bien les photos.

www.canon.fr

Note globale	6,2
Mention	BIEN
Qualité / Prix	7,9
Mention	BIEN

79 €

3^e

BROTHER
DCP-J315W



Compacte et agréable à utiliser avec son écran couleur, cette imprimante offre une bonne cadence d'impression en bureautique, et son coût à la page est raisonnable.

www.brother.fr

Note globale	6,2
Mention	BIEN
Qualité / Prix	6,3
Mention	BIEN

99 €

4^e

EPSON
Stylus SX420W



Décevante pour l'impression photo, cette petite Epson est aussi trop bruyante. Dommage, car les sorties bureautiques se révèlent nettes. Mention bien pour le module Wi-Fi.

www.epson.fr

Note globale	6,1
Mention	BIEN
Qualité / Prix	7,6
Mention	BIEN

80 €

5^e

EPSON
Stylus BX305F



Cette multifonction semi-pro avec fax et chargeur automatique de documents est proposée à 80 euros ! Parfait pour copier ou archiver des documents ; moins bien pour l'impression photo.

www.epson.fr

Note globale	5,9
Mention	PASSABLE
Qualité / Prix	7,4
Mention	BIEN

80 €

6^e

ATTENTION Les prix que nous publions dans le tableau nous ont été communiqués par les constructeurs en avril 2011. Ils incluent la TVA et ils n'ont qu'une valeur indicative, les commerçants étant libres de les modifier.

CONFIGURATIONS LDLC, DES PC À L'EXCELLENT RAPPORT QUALITÉ/PRIX OPTIMISÉES POUR UN USAGE PROFESSIONNEL



Business PC Consortium

Un ordinateur clef en main à prix canon



- Graveur DVD Super Multi double couche
- Boîtier mini-tour
- Microsoft® Office Famille et Petite Entreprise 2010 Version OEM sans DVD
- Ensemble clavier/souris sans fil + tapis de souris et webcam fournis

609€95 HT Windows 7 professionnel

PROCESSEUR
INTEL® CELERON™
DUAL-CORE™ E3400

STOCKAGE
500 GO

MÉMOIRE
2 GO

PROCESSEUR
INTEL® CORE™
i3-2100

STOCKAGE
500 GO

MÉMOIRE
4 GO

PC7 In extensor

Un PC multimédia à la consommation d'énergie maîtrisée

- Lecteur/Graveur de DVD Lite-On iHAS124 - Graveur DVD(+/-)RW/RAM 24/8/24/6
- Boîtier mini-tour
- Carte mère ASUS P8H67-M (Intel H67 Express Revision B3)
 - Audio 8 canaux Haute Définition
 - Clavier multimédia et souris optique fournis

Windows 7 **392€97 HT**



Existe sans O.S. et non monté : 267€55**

TOP DES VENTES



NOS CLIENTS AIMENT
★★★★★

PC Frackass (Sans O.S. et non monté)

Un ordinateur polyvalent et évolutif

- Graveur DVD Super Multi double couche
- Boîtier Moyen Tour
- Alimentation 480 Watts
- Carte mère à base d'Intel® G41 Express - Micro ATX

167€18 HT

Existe avec O.S. et monté : 267€55**

PROCESSEUR
INTEL® CELERON™
DUAL-CORE™ E3400

STOCKAGE
500 GO

MÉMOIRE
4 GO

DÉCOUVREZ TOUS LES PC LDLC SUR NOTRE SITE

LDLC-PRO.com

WWW.LDLC-PRO.COM

+ DE 15 000 RÉFÉRENCES EN INFORMATIQUE ET HIGH-TECH
EXPÉDITION ÉCLAIR 24-48H* - MODES DE PAIEMENT ADAPTÉS - 30 EXPERTS À VOTRE ÉCOUTE



Prix affichés hors frais de port et incluant l'éco-participation. Offre dans la limite des stocks disponibles. Pour plus de détails, connaître les disponibilités et prix en temps réel, consultez les fiches produits sur notre site. Toutes les marques citées appartiennent à leurs détenteurs respectifs. Photos non contractuelles.

* Livré en moins de 24h pour toute commande passée avant 15h sur produits en stock - voir conditions sur le site www.ldlc-pro.com.



Netezza. Après essai, 4 entreprises sur 5 l'adoptent.

L'appliance décisionnelle Netezza en 3 étapes simples :

1. IBM vous livre Netezza pour essai.
2. Netezza est opérationnelle en 24 heures (vraiment).
3. Après l'avoir essayé, 84% des clients gardent Netezza définitivement.

Besoin de preuves ? Contactez-nous au 02 38 55 74 21*.

Notre principal concurrent peut-il en faire autant ? Et à quel prix ?

ibm.com/preuves/fr

*Coût d'un appel local

Les études et les témoignages clients sont réalisés auprès de clients IBM aux États-Unis, en France et dans d'autres pays. IBM, le logo IBM, ibm.com, Netezza et l'icône planète sont des marques d'International Business Machines Corporation déposées aux États-Unis et dans d'autres pays. Les autres noms de sociétés, de produits et de services peuvent appartenir à des tiers. La liste des marques IBM est disponible sur Internet à l'adresse www.ibm.com/legal/copytrades.html. 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.