

ÉDITO

Le Saas bouscule les manières de penser. Le phénomène ne fait que commencer et les déploiements montent en puissance. Reste que le défi principal demeure inchangé comme le rappellent les directeurs financiers : « comment faire aboutir les projets informatiques dans les délais et au coût prévu une fois que l'on a signé avec un prestataire ? » Le Cloud n'apporte qu'une partie de la réponse à cette question récurrente depuis que l'informatique existe. Affaire à suivre.

SOMMAIRE

RETOUR D'EXPÉRIENCES :

Le Saas est une opportunité pour l'équipe informatique p. 1 à 7

GESTION DE CARRIÈRE

De manager IT à députée p. 8 à 10

INTERNATIONAL

Construire une architecture pour permettre la mobilité p. 11 à 12

SYSTÈME D'INFORMATION ET MÉTIERS

Les jeux sociaux lient le marketing et l'informatique p. 13 à 15

HUMEUR

p. 16

RETOUR D'EXPÉRIENCES

Le Saas est une opportunité pour l'équipe informatique

Le mode SaaS quand il s'applique aux outils collaboratifs et de communication améliore l'efficacité des équipes informatiques. A condition de traiter le projet comme un projet IT classique, de gérer le changement et d'anticiper les questions de disponibilité, de volumétrie ou de réversibilité.

Si les logiciels loués en mode Saas peuvent être perçus par les équipes informatiques internes d'une entreprise comme une perte de prérogatives, ils constituent aussi une formidable opportunité de se concentrer sur les tâches à vraie valeur ajoutée et de gagner en flexibilité.

Plus de réactivité, moins de coûts

C'est ce que l'on constate à l'écoute des retours d'expérience de Rexel, Malakoff Médéric, Aviva, Orange Labs, Valeo ou Webleads Tracker. Ce type d'offre permet en effet de réduire ou de mieux maîtriser les coûts, de se montrer plus réactif par rapport aux métiers, d'augmenter leur niveau de satisfaction, de résoudre des problématiques d'hétérogénéité, d'évolutivité, de disponibilité, de volumétrie ou encore d'ouverture du système d'information.

Pour autant, ces objectifs ne dispensent pas d'un processus traditionnel et rigoureux de sélection et de mise en œuvre, incluant un appel d'offres, des maquettes et un déploiement progressif. Il s'agit en outre de prendre certaines précautions en traitant au niveau ▶

6 DÉCIDEURS IT TÉMOIGNENT

Olivier Baldassari

Rexel

Nicolas Willième

Malakoff Médéric

Sylvie Bloch

Aviva

Joël Riga

Orange Labs

Hervé Gonay

Webleads Tracker

Beate Lippold

Valeo

REXEL

- Messagerie BPOS de Microsoft
- 20 000 utilisateurs en 2012
- 30 % d'économies

ORANGE LABS

- Communications unifiées Business Together
- Numéro unique fixe-mobile
- Objectif de 6 000 utilisateurs

MALAKOFF MÉDÉRIC

- Les Google Apps pour du collaboratif
- 6 500 utilisateurs
- 30 % d'économies sur le TCO en 6 ans

WEBLEADS TRACKER

- Un service qui associe 15 services Saas
- Des coûts divisés par dix
- Des temps de développement divisés par 5

AVIVA

- Messagerie Google Apps
- 2 000 boîtes aux lettres équipées
- 2 € économisés par BAL par mois

VALEO

- 30 000 utilisateurs sur Google Apps
- Le choix de Cordys, un BPM en Saas
- Priorité aux tâches à valeur ajoutée



Le SaaS est bien adapté à un environnement distribué

Olivier Baldassari
Rexel

contractuel les aspects de sécurité, de confidentialité des données et de réversibilité si l'on désire à un moment changer de fournisseur ou au moins le rendre possible. Ce qui est toujours un argument important dans une négociation.

Rexel place 20 000 utilisateurs en Saas

Rexel est un poids lourd mondial de la distribution de matériel électrique, avec un chiffre d'affaires de 12 milliards d'euros en 2010. La société emploie 28 000 personnes. L'entreprise est très distribuée puisqu'elle compte un réseau de 2 200 points de vente, répartis sur 36 pays. La société a doublé son chiffre d'affaires entre 2004 et 2009 au travers de multiples acquisitions. Corollaire, son système de messagerie compte 42 systèmes basés sur 5 technologies différentes!

Début 2009, la décision est prise de rationaliser cette infrastructure. « Au départ on ne savait pas que le Cloud existait. Sur la messagerie, on a eu une approche traditionnelle, on a fait un appel d'offre. On est arrivé à la conclusion que c'était une short-list entre Google et Microsoft » explique **Olivier Baldassari, DSI de Rexel**. Rexel décide alors de s'appuyer sur une offre en mode Saas afin de réaliser des économies d'échelle et de faciliter la consolidation. « Le Saas est bien adapté à un environnement distribué comme le nôtre », poursuit Olivier Baldassari.

La solution Google Apps est d'abord envisagée mais Microsoft se montre combatif et adopte une approche volontariste en proposant ses services de messagerie BPOS (Business Productivity Online Services). « Les deux offres ne présentaient pas de grosses différences, ni technologiques ni économiques », précise Olivier Baldassari. Mais l'existant de Rexel en matière de messagerie était majoritairement la plateforme Exchange de Microsoft, pour 75 % des collaborateurs. Cela a fait basculer la décision, car cela facilitait la migration vers la nouvelle solution.

La mutualisation est compatible avec la sécurité

« L'approche et le choix ont été au départ essentiellement économiques. Pour un utilisateur, passer d'une solution traditionnelle Exchange à Exchange Online, il n'y a aucune différence. C'est complètement transparent » relate le DSI. « C'est extrêmement flexible, on est dans une logique de paiement à l'usage, pay-per-use, tous les ans on revoit le nombre d'utilisateurs que l'on a. Le gros avantage est que le déploiement est extrêmement simple. On s'affranchit d'un certain nombre de contraintes. Le modèle est bien adapté à notre culture et à notre géographie » ajoute-t-il.

Rexel a choisi finalement la version standard de BPOS essentiellement pour un usage de la messagerie. Il y a également quelques utilisateurs de SharePoint Online vers lequel l'Intranet de Rexel est appelé à migrer. La version standard de BPOS est mutualisée. C'est-à-dire que les serveurs sont partagés entre plusieurs entreprises clientes, et non dédiés à une seule société. La mutualisation de la messagerie dans les data center de Microsoft n'a pas été jugée problématique d'un point de vue de la sécurité ni de la confidentialité des données. ▶



Pour organiser la réversibilité, il faudra des architectures hybrides

Olivier Baldassari
DSI, Rexel

La réversibilité, pour sa part, a fait l'objet d'une clause dans le contrat. La clause de réversibilité prévue par Rexel permet dans un délai donné, d'avoir suffisamment de temps pour récupérer ses données et pour les migrer sur une autre solution. « *En standard, ça n'est pas le cas* » souligne Olivier Baldassari.

Un stockage multiplié par 250

Aujourd'hui, plus de 10000 utilisateurs sont déployés. Ce chiffre atteindra 14000 personnes à la fin 2011 et 20000 personnes à la fin 2012. La migration est effectuée pays par pays. Rien n'a changé pour les utilisateurs, qui ont récupéré leurs messages et la même interface. Avec un « plus » : leur espace de stockage a augmenté. Aux États-Unis, il était de 100 Mo avant la migration. Il monte aujourd'hui jusqu'à 25 Go mais il est pour l'instant limité à 2 Go. « *De telles volumétries posent des questions quant à la réversibilité réelle. Pour rendre possible un changement de fournisseur, il faudra mettre en œuvre des architectures hybrides* », estime Olivier Baldassari. C'est-à-dire des architectures à la fois déployées dans l'entreprise et chez le fournisseur.

Les architectures hybrides seront un passage incontournable car lorsque chacun des 20000 utilisateurs possède 25 Go de données, « *vous ne changez pas du jour au lendemain de fournisseur, ça n'est pas possible, et il ne faut pas s'enfermer dans des solutions dans lesquelles on n'a plus le choix* » rappelle le DSI.

Si l'usage de la messagerie en mode Saas n'inquiète pas Olivier Baldassari, il est plus réservé en ce qui concerne les applications métiers. Il prévient « *Le Saas pose plus de questions sur les applications métiers. Les offres ne sont pas totalement matures. Il y a des points de vigilance sur le stockage. On ne sait pas ce qui exactement est inclus, il y a un travail d'analyse et contractuel non négligeable. Les offres évoluent relativement vite et leur maturité sera différente dans quelques années.* »

Une économie supérieure à 30 %

Quant au coût, des évaluations réalisées en amont laissent entrevoir 30 % d'économie. « *Nous atteignons voire nous dépassons ce chiffre* », affirme Olivier Baldassari. Désormais, une migration vers Office 365, les outils de bureautique de Microsoft, est envisagée. Elle permettrait d'offrir différents niveaux de service et des offres distinctes selon le type d'utilisateurs, en agence ou au siège, et de moduler les coûts des outils bureautiques en fonction des ouvertures et parfois des fermetures d'agences.

« **Sur la partie bureautique, l'offre Saas est très bien adaptée.** L'avantage de ces offres est d'apporter une réponse adaptée en fonction du niveau d'usage que peuvent avoir des utilisateurs. C'est cette segmentation pour moi qui est un atout significatif » pense Olivier Baldassari.

Plus généralement, il espère que le Saas permettra de s'affranchir de solutions monolithiques et il pense que le manager de systèmes d'information évoluera vers un rôle d'architecte ►

10 BONNES PRATIQUES POUR MENER UN PROJET SAAS

- 1 **Calculer le ROI en intégrant** la nature différente des coûts (Opex contre Capex).
- 2 **Maîtriser les coûts en anticipant** les besoins des différentes populations d'utilisateurs en termes qualitatifs et quantitatifs.
- 3 **Privilégier les offres Saas** pour remplacer un existant hétérogène en environnement distribué.
- 4 **Intégrer dans les coûts** la capacité des offres Saas à résoudre des problèmes de volumétrie et de disponibilité.
- 5 **Imposer des clauses de réversibilité** tout en mesurant les conséquences de leur mise en œuvre (volumétrie des données à rapatrier, migration applicative).
- 6 **Conserver les phases classiques** d'un projet (appel d'offres, proof of concept, pilote jusqu'au déploiement).
- 7 **Prendre en compte l'impact d'une offre Saas** sur le réseau de l'entreprise, en termes de trafic et de disponibilité.
- 8 **Profiter de l'adoption d'une offre Saas** pour redéfinir la relation avec les métiers, en les impliquant davantage.
- 9 **Monter un centre de compétences dédié** lorsque le nombre de projets Saas se multiplie.
- 10 **Limiter les développements spécifiques** afin de mieux supporter les montées de versions de la plate-forme Saas

Pour en savoir plus



Retrouver en vidéo
Olivier Baldassari
 Rexel
 sur **CIO Online**



construisant et intégrant des architectures hybrides, à la fois internes et externes à l'entreprise. « *Je ne pense pas que tout ira dans le Cloud ou dans le Saas. On ira vers des architectures hybrides, car il y a des choses que l'on ne voudra pas ou que l'on ne pourra pas faire passer dans le Cloud. Par ailleurs, j'espère que l'on ne fera pas la même erreur de retomber dans les ERP intégrés et j'espère que le Cloud permettra de s'en affranchir. Je pense que la flexibilité et les solutions d'intégration permettront des architectures plus souples et plus adaptées aux besoins des entreprises.* »

Il conclut « *Dans certaine entreprises, le Saas se diffuse de façon incontrôlée. Le Saas n'est pas la panacée, c'est un outil dans la boîte à outils du DSI.* »

Malakoff Médéric migre 200 serveurs vers Google Apps

La mutuelle Malakoff Médéric emploie 6 500 personnes réparties sur toute la France. En 2009, l'entreprise était confrontée à l'augmentation exponentielle du volume de données stockées sur ses serveurs. Elle souhaitait parallèlement améliorer la productivité de ses employés en leur proposant des outils collaboratifs. « *Nous sommes partis du principe que la performance collective de l'entreprise n'est pas la somme des performances individuelles. Nous sommes passés d'une approche individuelle, à une approche plus collaborative* » déclare **Nicolas Willième, responsable du département Bee'Comm chez Malakoff Médéric.**

Dès lors, c'est pour répondre à ces deux problématiques, volumétrie et collaboration, davantage que pour baisser les coûts, que la société lance fin 2009, avec l'aide de l'intégrateur Revevol, la migration vers la messagerie en mode Saas de Google, Google Apps. Ce sont 200 serveurs Exchange ou de fichiers qui sont concernés.

Baptisé Bee'Comm, le projet a permis un meilleur contrôle du stockage des données non structurées, chaque fichier n'étant stocké que dans une seule version. De plus, chaque utilisateur se voit allouer jusqu'à 25 Go d'espace de stockage. « *La disponibilité des données est accrue car les données sont répliquées sur plusieurs data centers de Google. C'est un acteur dont les moyens sont bien supérieurs aux nôtres* », estime Nicolas Willième. Pour autant, avec 6 500 utilisateurs, la connectivité réseau devient un maillon critique de la chaîne. Ainsi, les accès Web ont été doublés afin de disposer d'une ligne de secours.

Passer de l'échange à la collaboration

Le projet comporte une importante dimension de gestion du changement. « *Les utilisateurs échangeaient des informations par email. Ils passent désormais à une construction collaborative des informations* », commente Nicolas Willième. Et d'ajouter : « *c'est un vrai changement de mentalité qui doit faire l'objet d'un accompagnement fort.* » Pour une entreprise qui était très orientée sur les produits de Microsoft, la contrainte principale du passage sur Google Apps a été la conduite du changement, l'accompagnement des utilisateurs vers une nouvelle façon de travailler, vers de nouveaux outils.

Une division baptisée Bee'Comm a donc été créée afin d'inciter les métiers à utiliser toute la puissance de la plate-forme. Ce département impose la migration des utilisateurs vers la messagerie. Quant à l'adoption des outils bureautiques de Google, elle s'effectue sur la base du volontariat, les outils Office de Microsoft étant conservés. « *Pour la bureautique nous avons conservé la suite Office* » confirme Nicolas Willième. « *Comme les outils de Google ne sont pas encore au niveau de la suite Office, nous avons pris le parti d'utiliser la suite Google pour tout ce qui est collaboratif. En revanche, pour le contrôle de gestion par* ►

“

Google a des moyens bien supérieurs aux nôtres

Nicolas Willième
 Malakoff Médéric

VALEO ENFONCE LE CLOU DU SAAS

L'équipementier automobile Valeo est célèbre pour avoir retenu les outils collaboratifs Google Apps pour 30 000 utilisateurs connectés, en remplacement de ses outils Lotus Notes qui arrivaient en fin de vie. Le groupe a décidé de mettre en place des processus de type workflow en mode Saas en association avec les Google Apps. Il a communiqué officiellement sur le choix de la société Cordys à la mi-septembre 2011. Les nouveaux outils seront utilisés au sein d'environ 200 entités réparties sur 28 pays. Les outils de Cordys ajoutent des fonctions de workflow aux Google Apps et doivent également les intégrer avec les

autres applications de l'équipementier. « *En ligne avec notre stratégie bureautique "Cloud" lancée avec l'introduction des Google Apps Entreprise, nous avons sélectionné Cordys pour fournir une solution Cloud de workflow et des applications composites. L'objectif est d'optimiser nos processus administratifs pour pouvoir nous concentrer sur les activités à valeur ajoutée* », explique **Beate Lippold, Responsable de Communication à la Direction des Systèmes d'information Bureautiques de Valeo.** L'outil retenu permet de mêler des données venant des applications métiers avec Google Apps. ■



La disponibilité des données augmente avec Google

Nicolas Willième
Malakoff Médéric

exemple, qui a des tableaux extrêmement compliqués à réaliser sur Excel, la suite Office s'y prête mieux. Dans le futur, il n'est pas exclu de se passer de la suite Office quand les outils Google seront à un niveau équivalent, aujourd'hui ce n'est pas le cas » dit-il.

En pratique, il y a eu un effet boule de neige. Depuis le début de 2011, le nombre de documents créés sous Google Apps a augmenté de 58 % et 450 sites Web ont été créés pour partager des informations. Toutes les fonctions de la plate-forme sont utilisées – messagerie, Google Docs (le traitement de texte de Google), Google Sites (la création de sites Web de Google) et les formulaires de saisie. « Depuis le début de l'année, il y a 23 % de plus de personnes qui créent des documents sur Google, et 40 % de plus qui collaborent sur Google » indique Nicolas Willième.

Au-delà, Malakoff Médéric utilise la plateforme de Cloud public de Google pour du développement logiciel. Le Cloud s'appelle Google App Engine. Les équipes de Malakoff Médéric développent avec ce Cloud plusieurs applications. « Nous cherchons à créer des applications qui s'interfacent également avec le système d'information de l'entreprise. Cela permet aux équipes métiers d'utiliser toute la puissance de la plateforme » indique Nicolas Willième. La principale est déjà en production. Il s'agit d'un tableau de bord décisionnel qui synthétise des données d'une base Hyperion qui reste hébergée dans les murs de l'entreprise.

Bien que la réduction des coûts n'ait pas été le premier objectif, un calcul préalable promettait une baisse de 34 % sur 6 ans du coût total de possession (TCO) de la nouvelle plateforme de messagerie par rapport à la plateforme précédente, à fonctions équivalentes. Ce calcul s'est depuis confirmé. Les économies sont au rendez-vous.

Pour en savoir plus



Retrouver en vidéo
Nicolas Willième
Malakoff Médéric
sur CIO Online



Aviva externalise la messagerie de son réseau d'agents

Aviva est une compagnie d'assurance dont le réseau de distribution est composé d'agents généraux. Via sa filiale baptisée « Coopérative Informatique », les agents disposaient d'une messagerie hébergée chez SFR, accédée via un VPN à partir d'Outlook Express. Les messages étaient stockés en local sur les PC des agents, ce qui posait des problèmes de volumétrie et de sauvegarde. De plus, les agents souhaitaient pouvoir lire leurs messages depuis n'importe quel terminal et agréger plusieurs boîtes aux lettres.

Il est apparu rapidement qu'une externalisation vers une offre SaaS moderne permettrait de résoudre ces différentes problématiques. SFR fait alors une proposition basée sur Exchange. « Mais Google Apps se révèle moins cher et supérieur en termes fonctionnels, notamment sur les accès multi-terminaux et sur l'agrégation de boîtes aux lettres », décrit Sylvie Bloch, en charge du déploiement du projet Google Apps à la Coopérative Informatique.

L'offre Google se montre également capable de résoudre une problématique d'accès par les agents de la coopérative, aux contacts gérés chez Aviva, dont la messagerie est sous Lotus Notes. La solution s'interface en effet par simple paramétrage avec la base de contacts de Notes.

Une réduction des coûts

Pour déployer la messagerie Google Apps, la Coopérative Informatique s'est fait accompagner par un partenaire de Google, G-Partners, qui a réalisé une analyse durant deux mois. Puis la transition a été effectuée en un mois. Les craintes principales portaient sur la conduite du changement chez les agents. En fait, la documentation fournie par Google et adaptée au contexte de l'entreprise a suffi. Le nombre d'appels au support est tombé à zéro, contre 400 par mois auparavant.

Google Apps est aujourd'hui déployé auprès de 900 agences, soit 2 000 boîtes aux lettres. Le choix a été effectué en mars 2010. La mise en production remonte à janvier 2011. Par rapport à l'ancienne solution, le coût mensuel a été réduit de 2 euros par boîtes aux lettres. Côté support, le coût de deux équivalents temps plein a été économisé, soit 70 000 à 80 000 € par an.

Orange Labs externalise ses communications unifiées dans le Cloud

Autre cas, Orange Labs est une des entités de France Télécom en charge des grands axes de recherche et de développement du groupe, pour les services personnels et ceux destinés aux grandes entreprises mondiales. ▶



Le nombre d'appels au support est tombé à zéro

Sylvie Bloch
Aviva



La migration a été transparente pour les utilisateurs

Joël Riga
Orange Labs

Pour en savoir plus



Retrouver en vidéo

Joël Riga
Orange Labs
sur **CIO Online**



Depuis 2001, la téléphonie d'Orange Labs reposait sur une plate-forme de téléphonie sur IP basée sur un IPBX de Cisco déployé sur les sept sites français de R & D d'Orange. En 2009, la plate-forme est jugée obsolète. Orange Labs décide alors d'être pilote de l'offre « Business Together as a service » d'Orange Business Services, une solution de communication en mode SaaS basée sur les solutions Unified Communications de Cisco.

Parmi les motivations figuraient: le choix de ne pas investir, et donc de privilégier l'Opex au Capex, la disponibilité de nouvelles fonctionnalités liées à la mobilité, ainsi que les avantages à souscrire un service plutôt que de détenir une plateforme. « *Le SaaS offre une grande souplesse en permettant de déployer la solution site par site, utilisateur par utilisateur, groupe par groupe* », détaille **Joël Riga, directeur du département Ingénierie et Services Réseau chez Orange Labs**.

Des services différents selon le type d'utilisateur

Un premier pilote terminé en janvier 2011 a permis de tester la solution auprès de 50 utilisateurs en déployant les services les plus avancés: la vidéo, la voix en Haute Définition, le « single number reach », la gestion de la présence et de la mobilité. Le « single number reach » consiste à activer sous un même numéro unique le téléphone fixe, le mobile et le soft-phone sur PC pour un employé.

Un second pilote mené au premier semestre 2011 a concerné le site de Rennes, soit 600 utilisateurs. Différents types de profils permis par l'offre « Business Together as a Service » ont été déployés. Une grande majorité de profils de type "Standard" ont été mis en œuvre. Cela comprend la téléphonie enrichie, la messagerie unifiée et le « single number reach ». Il y a eu quelques profils "Standard Light" qui associent la téléphonie basique à la boîte vocale, ainsi que les profils "Collaborative" (gestion de la présence, communications unifiées, web conferencing avec Webex) et "Business" (tous les services précédents, plus la vidéo). Des postes récents supportant la vidéo sont donc déployés auprès des utilisateurs ayant accès à toutes les fonctions, mais l'essentiel du parc est constitué des téléphones IP acquis auprès de Cisco depuis 2001. Cet existant a facilité la migration, transparente pour les utilisateurs.

Les communications mettent à profit l'interconnexion établie entre les réseaux d'Orange Labs et le Cloud d'Orange Business Service. Les flux peuvent aussi passer par l'Internet via l'ADSL et la 3G mais sans garantie de qualité de service. Parmi les points de vigilance cités par Joël Riga figurent la maîtrise des coûts grâce à une analyse rigoureuse des besoins des utilisateurs, et la mise à niveau du réseau local qui doit être prêt pour la ToIP. Prochaine étape: le déploiement généralisé, sur 6 000 postes.

Webleads Tracker agrège une quinzaine de services SaaS

Webleads Tracker est un acteur de l'internet. Cette petite société délivre un service astucieux qui permet à une entreprise d'identifier d'où sont originaires les connexions sur son site Web, de quelles entreprises, ainsi que les sujets qui les intéressent. Ce service est une application louée en mode SaaS elle-même basée sur une quinzaine de solutions SaaS. Webleads Tracker emploie la fonction d'orchestration de processus fournie par l'éditeur RunMyProcess. Les développements logiciels sont en outre réalisés dans le Cloud de Salesforce, Force.com. Donc, l'ensemble des fonctions sont définies en mode SaaS.

Accès aux informations sur les entreprises

RunMyProcess fournit un outil de BPM (Business Process Management) en mode SaaS qui joue le rôle d'orchestrateur entre les autres services SaaS, parmi lesquels figure par exemple Corporama, qui réalise une connexion (« mash-up ») aux différentes informations sur les entreprises telles que les informations légales, les contacts Viadeo, les pages Twitter ou Facebook. RunMyProcess offre une couche d'abstraction entre la logique de l'application principale développée dans le nuage de Salesforce (Force.com) et les différents services SaaS.

RunMyProcess gère les échanges en utilisant les technologies supportées par chaque service SaaS (XML, Rest...). Cette architecture permet de remplacer en trois jours un service par un autre, suite à sa disparition ou dans une optique d'assemblage des meilleurs composants, de type « best of breed ». Il suffit pour cela de modifier les connecteurs de RunMyProcess, qui spécifient les formats de données ou la manière d'accéder à l'information. ►



Si une requête n'aboutit pas sous 30 secondes, le service se ferme

Hervé Gonay
PDG, Webleads Tracker

Inconvénient de cette architecture : le service fourni par Webleads Tracker dépend du maillon le plus faible, à tel point que la garantie de qualité se limite à un engagement de moyens.

Pour en savoir plus



Retrouver en vidéo

Hervé Gonay
Webleads Tracker
sur **CIO Online**



Des coûts de développement divisés par dix

Reste que cette démarche Saas tout azimut présente l'avantage de réduire les développements notamment grâce à l'adoption d'une démarche agile et de ne pas avoir à gérer une salle informatique. « *Par rapport à une approche classique, les coûts et le temps de développement sont respectivement divisés par dix et cinq* », estime **Hervé Gonay, PDG de Webleads Tracker**. En contrepartie, il est nécessaire de réaliser une veille continue afin d'identifier de nouvelles solutions. De plus, l'intégration de services accédés via Internet pose des difficultés techniques. « *Sur Internet, lorsqu'une requête n'aboutit pas sous 30 secondes, le service se ferme. Il faut donc adapter les applications et les protocoles* », précise Hervé Gonay. ■

Par Thierry Lévy-Abégnoli, avec Etienne Gandillot

AGILITÉ DES SYSTÈMES D'INFORMATION

La révolution de l'adaptabilité permanente

Mardi 11 octobre 2011 de 8h30 à 14h00

Pavillon Dauphine - Paris 16e

A l'heure de la mondialisation et de la transformation des modèles économiques des entreprises, le système d'information doit permettre de changer de cap avec facilité lorsque les directions métiers expriment de nouveaux besoins. Il doit également absorber les phénomènes informationnels nouveaux comme les réseaux sociaux ou la montée en puissance des interactions mobiles...

Face aux évolutions permanentes de leur business, les entreprises misent sur l'agilité. Leur système d'information doit répondre à ce besoin d'adaptabilité récurrent malgré la mise sous pression des budgets informatiques.

Thématiques abordées lors de la conférence

- Les bonnes pratiques d'urbanisation du système d'information
- Optimiser sa politique de Sourcing
- Bien choisir ses services de Cloud Computing (IaaS, PaaS et SaaS)
- La supervision des activités et des processus métiers
- Quel cadre réserver aux méthodes agiles et au Lean ?
- Organiser la collaboration entre métier et équipes IT
- La réduction de la complexité du SI

[**INSCRIVEZ-VOUS**]

De manager IT à députée

Les femmes doivent faire leurs preuves plus durement que les hommes en politique comme dans l'entreprise. Mais on leur ouvrira parfois la voie plus facilement. C'est que montre Laure de La Raudière, députée après une carrière dans les télécoms.



CIO : *Vous avez fait carrière dans les télécoms après une formation initiale en chimie organique, qu'est-ce qui vous a poussé dans cette voie ?*

Laure de La Raudière : Ma personnalité n'était pas appropriée pour adopter la vie d'un chercheur. Je souhaitais des fonctions plus opérationnelles, avec des résultats concrets rapides. Le secteur des télécommunications était en plein mouvement au moment où j'achevais mes études à l'Ecole Normale Supérieure. Depuis, ce mouvement s'est considérablement accru et je n'ai pas eu à regretter ce choix de carrière.

CIO : *Lorsque vous étiez chez France Télécom, vous avez quitté les services centraux pour une direction départementale de l'opérateur en Eure-et-Loir. Pour quelle raison ?*

Laure de La Raudière : L'Eure-et-Loir est mon département d'origine et avec mon mari, nous avons convenu de nous y installer. J'ai profité d'une opportunité pour remplacer le directeur départemental de France Télécom qui s'en allait. C'était un quinquagénaire qui avait eu une carrière interne technique. J'avais 32 ans et une carrière commerciale. Le directeur régional m'a dit à l'époque : « *vous n'avez pas le profil d'un chef de centre mais je prends le pari* ». Il s'agissait d'encadrer 270 personnes, majoritairement des non-cadres. J'ai beaucoup appris de cette période. Par la suite, j'ai quitté France Telecom pour des sociétés plus petites, plus réactives. C'est très intéressant de se confronter à la mentalité des start-up quand on vient de France Télécom.

CIO : *Vous êtes aujourd'hui députée, comment en êtes vous venue à vous intéresser à la politique ?*

Laure de La Raudière : J'habite dans un village de 110 habitants. Or, en franchissant la barre des 100, le conseil municipal se retrouvait composé de 11 conseillers municipaux, un habitant sur dix ! Il y a donc à peu près un représentant par famille installée sur place de façon stable. C'est comme cela que je suis devenue conseillère municipale. Puis, en 2006, alors que je n'étais encartée dans aucun parti, j'ai participé à une réunion sur le haut débit. Il se trouve qu'ayant été responsable de France Telecom dans la région, je connaissais en outre tous les politiques locaux. C'est suite à cette réunion que j'ai été sollicitée par le président du Conseil Général pour me présenter dans une circonscription afin d'être députée car le sortant était radical de gauche. Les trois autres circonscriptions du département étaient déjà détenues par des candidats sortants UMP et c'était donc la seule où l'UMP pouvait présenter un candidat nouveau, avec une préférence pour une femme. J'ai accepté cette proposition par volonté d'engagement civique. Je pense qu'il faut que des gens venant de l'entreprise s'impliquent dans la politique. Et il faut aussi que des personnes compétentes sur les sujets numériques participent. Je lance d'ailleurs un véritable appel ! ▶

L'INCENDIE DU CRÉDIT LYONNAIS : UN ÉPISODE MARQUANT

Laure de La Raudière était à la division Grands Comptes de France Télécom au moment de la négociation du premier contrat d'externalisation globale au niveau mondial des télécoms en France. Il s'agissait du projet Telios du Crédit Lyonnais, en 1995-1997. Il existait déjà une concurrence internationale pour ce type de contrats. Or, le 5 mai 1996, le siège du Crédit Lyonnais a brûlé. A l'époque, très peu de banques disposaient, comme le Crédit Lyonnais, d'une salle

de secours et aucune n'était connectée pour des raisons de coûts. France Télécom a donc dû connecter dans la nuit la salle de secours pour rétablir les liaisons entre front et back-office puis, en trois semaines, rétablir les lignes de 12 000 postes téléphoniques en déménageant les PABX. Des équipes entières ont été dédiées à cette seule opération. La bonne gestion du secours du Crédit Lyonnais a été un élément important en faveur de France Telecom dans la négociation du contrat Telios. ■

CIO: Vos expériences professionnelles ont-elles servi votre carrière politique ?

Laure de La Raudière : Mes compétences sur les sujets numériques m'ont permis d'être reconnue par mes collègues qui, le plus souvent, maîtrisent très mal ces sujets. C'est sympathique quand on est une jeune députée ! Mais, avant cela, j'ai le gros avantage de savoir gérer des projets. Personne ne croyait à ma victoire en tant que députée et je suis donc partie avec mon bâton de pèlerin. J'ai géré ma campagne comme un projet d'entreprise. De la même manière, être passé par la direction d'entreprises amène à savoir organiser son travail de manière plus performante. Mais, à l'inverse, en entreprise, la communication sur ce que l'on fait est le plus souvent très limitée. On ne sait pas forcément se mettre en avant. Or, en politique, « faire » ne suffit pas. Il est presque plus important, du moins pour sa carrière, de « faire savoir » ce que l'on fait. Cela suppose de s'adapter.

CIO: Votre expérience du numérique a-t-elle servi votre carrière politique ?

Laure de La Raudière : Il ne doit y avoir que sept ou huit députés, droite et gauche confondues, qui connaissent les sujets autour du numérique. Il y a un vrai problème de génération. La moyenne d'âge à l'Assemblée Nationale est de 59 ans et la plupart n'en sont pas à leur premier mandat. Du coup, la majorité d'entre eux n'a jamais utilisé en entreprise ni en administration les outils informatiques modernes. Il y a clairement un décalage entre les sujets de société autour du numérique et les compétences de la plupart des députés. Je tente de passer des messages auprès des élus, en tant que secrétaire nationale de l'UMP en charge du Numérique, pour les sensibiliser. C'est aussi le rôle des partis politiques de pousser les élus à s'intéresser à ces sujets au lieu de dénigrer les outils. Trop souvent, ils ne sont amenés à s'y intéresser que parce qu'ils ont été victimes d'un « bad buzz » et ils n'en voient que des aspects négatifs. Ceci dit, chacun a ses spécialités et personne ne peut être compétent sur tous les sujets débattus. Mais nous ne sommes pas assez nombreux à comprendre les enjeux du numérique à l'Assemblée Nationale.

CIO: Si vous deviez passer un seul message au sujet d'internet, quel serait-il ?

Laure de La Raudière : internet n'est ni bien ni mal. Internet existe et transforme la société. Les élus doivent en étudier les conséquences mais lutter contre internet est radicalement idiot. Il faut avancer avec internet. Beaucoup d'élus commencent à s'intéresser au numérique par les questions économiques et par les emplois induits. C'est une dimension importante mais il faut aussi parler de la société numérique en général, pas seulement de l'économie.

CIO: Quelle est votre attitude face à l'Hadopi ?

Laure de La Raudière : Je n'ai pas pris part au vote de la loi. J'ai exprimé beaucoup de réserves, y compris sur mon blog. Mais il n'est pas sain de taper sur son propre camp. Ceci dit, la haute autorité [NDLR: ►

UNE CARRIÈRE SOUS LE SIGNE DU NUMÉRIQUE

Passionnée par l'étude du vieillissement du vin, Laure de La Raudière suit des études en chimie organique à l'École Normale Supérieure. La carrière de chercheur ne convenant pas à son caractère, elle rejoint le corps des ingénieurs en télécommunication, très opérationnel. Elle débute sa carrière au sein de France Telecom en 1989. Elle y restera jusqu'en 2001. Elle occupe diverses fonctions de direction commerciale : responsable du département clientèle d'affaires à la Direction Régionale de Paris Sud (1989-1994), directeur Grands Comptes (1994-1997) et enfin directeur départemental d'Eure-et-Loir (1997-2001). En 2001, elle devient conseillère municipale de Saint-Denis-des-Puits, dans l'Eure-et-Loir, puis première adjointe en mars 2008. Après avoir quitté France Telecom, elle rejoint la start-up éditrice de logiciels en datamining, Pertinence Data Intelligence. L'orientation de l'entreprise étant trop industrielle et pas assez vers les télécoms, elle la quitte fin 2002. Début 2003, elle crée un cabinet de conseil en stratégie télécoms et réseaux, Madisy, dont l'activité sera rapprochée de celle de Navigacom en 2006, plus technique. Elle devient associée et directrice générale de Navigacom à cette occasion. Ses clients

ont toujours été des grands comptes. Madisy a été créé afin d'auditer les contrats et les factures que les clients ne comprenaient pas toujours bien. En 2007, elle est élue députée de la troisième circonscription d'Eure-et-Loir, l'une des douze circonscriptions basculant de gauche à droite en France lors de ce scrutin. Elle cesse son activité professionnelle en 2010 pour se consacrer à sa vie politique. Elle est aujourd'hui vice-présidente de la Communauté de Communes du Pays Courvillois, première vice-présidente de la commission Affaires économiques de l'Assemblée Nationale et de la commission commune au Sénat et à l'Assemblée Nationale sur le service public des postes et des communications électroniques, membre titulaire de la Commission du dividende numérique, conseillère régionale du Centre et secrétaire nationale de l'UMP en charge du Numérique. ■

Pour en savoir plus



Retrouvez en vidéo

Laure de La Raudière
au sujet du Grand Emprunt
et de la politique
de l'innovation, en 2009
sur CIO Online



Hadop] est aujourd'hui un garde-fou vis-à-vis des envies de filtrage d'internet que pourraient avoir les Majors. Il me semble clair que le développement du piratage est aussi lié au retard dans le développement des offres légales.

CIO: *Quel avenir voyez-vous pour la société numérique ?*

Laure de La Raudière : Rien n'est jamais tout blanc ou tout noir. Il y a à la fois des apports très positifs et des risques de type « *Big Brother* » considérables. Un point particulièrement important est le droit à l'oubli : il serait extrêmement grave pour une société de perdre la faculté d'oublier. Un autre point qui inquiète beaucoup est la collecte de données personnelles par des acteurs privés pour faire du business. A priori, cela n'est ni un bien ni un mal. On peut en attendre des services toujours plus personnalisés. Mais nous devons nous méfier des possibles manipulations ou des entraves aux libertés ou à la vie privée.

CIO: *Vos activités politiques ont-elles eu des conséquences sur vos activités professionnelles ?*

Laure de La Raudière : J'ai dû arrêter mes activités professionnelles au bout d'un certain temps. Au début, j'y consacrais 20 % de mon temps puis 10 % et puis cela n'a plus de sens. Des collègues médecins gardent parfois un jour par semaine pour consulter et ainsi conserver une activité professionnelle mais ils n'ont pas à gérer de relations clients comme dans une entreprise. D'autres députés conservent un rôle de représentation commerciale. Mais la plupart sont amenés à abandonner toute activité professionnelle. De plus, un député rural est beaucoup plus sollicité sur le terrain avec les inaugurations et les réunions diverses qu'un député de zone urbaine. Et les trajets prennent du temps, pas seulement entre Paris et la circonscription mais aussi au sein même de cette dernière.

CIO: *Etre une femme a-t-il changé beaucoup de chose ?*

Laure de La Raudière : J'ai toujours opéré dans des milieux très masculins, tant en politique qu'au niveau professionnel. En politique, je n'aurais jamais été sollicitée si je n'avais pas été une femme ! Les hommes sont en forte concurrence entre eux et aucun n'est par conséquent ainsi approché. Mais, quand on est une femme, il faut toujours faire trois fois plus la preuve de ses compétences. Ensuite, ça se passe bien. C'est d'ailleurs également vrai dans le milieu professionnel. On s'y habitue. C'est peut-être une question générationnelle. J'ai également toujours voulu concilier ma vie professionnelle et ma vie familiale. Je ne suis pas sûr que mes collègues masculins aient toujours eu le même raisonnement. ■

Propos recueillis par Bertrand Lemaire

MAITRISER UN GRAND PARC INFORMATIQUE : Les outils indispensables et leur gouvernance

Paris le mardi 29 novembre 2011

Quand il s'agit de faire vivre des parcs de milliers de postes de travail, fixes ou mobiles, de centaines de serveurs et d'applications, répartis sur des dizaines de sites, il est indispensable de s'appuyer sur les outils et les services ad hoc.

[INSCRIVEZ-VOUS]

Construire une architecture pour permettre la mobilité

Trois CIO témoignent de la manière dont ils établissent leur stratégie et leurs développements pour fournir un environnement mobile durable. Cet article est paru chez notre confrère CIO aux Etats-Unis.

Créer un environnement mobile interactif qui va durer

Vince Kellen, CIO de l'Université du Kentucky, témoigne :

Notre objectif est de permettre à nos 26000 étudiants d'interagir avec les services de l'université et, autant que possible, que la plus grande partie des interactions se fasse sur des terminaux mobiles. Nous avons créé un plan stratégique mobilité sur trois ans, et nous pensons que cela permettra d'améliorer l'implication des élèves, de contribuer à leur fidélité et de contribuer à la réussite scolaire. Aujourd'hui, les étudiants peuvent utiliser des terminaux pour accéder à des informations statiques sur la vie du campus. Bientôt, nous allons ajouter l'accès à leurs notes, l'inscription aux cours et d'autres démarches. Nous allons également développer une adaptation de la plate-forme de formation en ligne destinée aux BlackBerry, Android, iPad et iPhone.

Beaucoup d'équipes informatiques prennent un portail existant, puis le rendent disponible pour des terminaux mobiles. En raison de l'énorme quantité d'interactions, nous prévoyons de faire le contraire : d'abord concevoir un portail qui réponde aux besoins des utilisateurs mobiles, et ensuite l'adapter à l'utilisation sur un PC. Nous pensons que cette approche pourrait conduire à une interface bien meilleure pour l'utilisateur mobile. Nous avons également besoin d'identifier d'une part le bon équilibre entre ce que nous pouvons faire dans une interface Web mobile et une application mobile installée sur le terminal, et d'autre part la meilleure façon d'intégrer les données transactionnelles des PGI et des autres systèmes de gestion.

Le développement des compétences est une autre priorité. Nous devons faire en sorte d'avoir les bonnes connaissances et les bons profils pour permettre la réussite de nos projets dans cet univers mobile.

Choisir entre une application installée sur le terminal ou un accès web mobile

Dennis Stevens, vice-président des solutions numériques et de connectivité, Franchise Diabète, chez Johnson & Johnson, explique sa vision :

Les applications mobiles constituent un élément important de notre programme de suivi sanitaire pour les patients diabétiques dont la glycémie est sous surveillance. Ils ont besoin d'accéder à leurs informations médicales n'importe où et à n'importe quel moment. Lors de l'intégration de nos systèmes back-end, en particulier des bases de données médicales, nous avons réalisé beaucoup d'efforts dans la réponse aux besoins en termes de protection des données personnelles et de sécurité, puis de vérifier que ces dispositions étaient valides pour les terminaux mobiles. Nous examinons l'ensemble de l'architecture de nos applications pour nous assurer que nos bases sont protégées lors d'accès par les navigateurs Web, les PC ou les périphériques mobiles.

Je suis d'accord avec l'idée de Vince Kellen d'aborder les portails mobiles spécifiquement, et de ne pas simplement prendre la version PC en la rendant juste accessible sur les terminaux mobiles. L'interface utilisateur, plus petite, ne peut tout simplement pas délivrer la même quantité d'informations, et l'on se doit d'être beaucoup plus sélectif sur ce que l'on montre et plus rigoureux sur les choix d'emplacements.

Nous commençons par créer une interface graphique pour le Web, puis nous recommençons de nouveau pour obtenir une version mobile appropriée. Pour déterminer quelles sont les applications qui ►

doivent être installées sur le terminal et celles qui seront accessibles via un navigateur, nous utilisons une matrice de décision. Mon équipe se met à la place de la base d'utilisateurs cible et détermine ce que celle-ci compte faire des données. Voir les horaires de cours de sport ou vérifier ses notes peuvent être réalisés à partir d'un site internet; des tâches plus consommatrices de ressources informatiques, comme le GPS, nécessiteront une application déjà installée. L'inconvénient des applications installées, c'est que vous devez mettre en place une fonction de mise à jour dans vos logiciels et une stratégie de gestion du changement.

Deux conseils : sécurisez l'infrastructure et évaluez correctement les tâches intensives

Dave Corchado, CIO de l'agence de conseil en marketing et publicité iCrossing, donne son propre point de vue :

Notre société a une longue histoire dans la conception de technologies qui fonctionnent sur de multiples plates-formes. Nous avons la chance de disposer d'une organisation de développement Web mature qui a très bien réussi la transition vers le développement mobile. Avoir cette expertise à portée de main est inestimable. Tout ce que nous faisons sur mobile, y compris sur l'iPad et sous Android, est réalisé par nos équipes internes.

Et le développement des compétences n'est pas très difficile. Le meilleur dans l'affaire est bien qu'il faut, pour les terminaux mobiles, surtout prendre en compte de nombreux éléments de design créatif, une grande partie du code étant construit sur des modèles connus. L'essentiel de notre travail se fait actuellement en HTML 5. Pour Android, nous faisons beaucoup de Java.

Nous avons essayé plusieurs manières pour créer des portails dédiés aux utilisateurs finaux, mais la meilleure approche que nous avons trouvée est de concevoir en même temps celle pour le PC et celle pour l'accès mobile. Nous commençons par construire notre site pour le Web, tout en créant un design pour le mobile. Cette double perspective garantit que l'on ne soit pas pris dans des problèmes de conception ou des impasses quand on prend en compte toutes les plates-formes.

J'ai quelqu'un dédié à ces types de projets : Shiva Vannavada est notre vice-président en charge de la technologie Rich Media. Il a établi un modèle pour créer un framework portable, qui est essentiellement un gestionnaire de contenu. L'outil supporte de multiples connecteurs pour ses interactions, mais ne contient pas tous les services lui-même. Il peut avoir n'importe quel nombre de sorties, y compris mobiles. Ce modèle s'adapte bien quelque soit le nombre de terminaux. ■

CIO.com et CIO Executive Council

Pour en savoir plus



Retrouvez

la version originale
sur
CIO.com



INNOVATIONS ET DEFIS 2012 DE LA DSI : L'IT pour réussir dans le nouveau contexte économique

Paris le mercredi 7 décembre 2011

Doper les ventes, optimiser sa relation client, fiabiliser la Supply Chain, réduire ses coûts, administrer ses RH ou mieux gérer les relations avec ses partenaires sont autant d'impératifs pour les entreprises. Une innovation dans les systèmes d'information peut les y aider. Comment la DSI s'organise-t-elle pour intégrer les bonnes innovations au bon moment qu'il s'agisse du Cloud, du Saas, du Lean ou de la virtualisation ? Au-delà, comment s'effectuent les arbitrages des budgets de la DSI pour l'année 2012 ? Quelle part de risque l'entreprise est-elle prête à prendre pour dépasser sa concurrence grâce à ses systèmes d'information ?

[INSCRIVEZ-VOUS]

Les jeux sociaux lient le marketing et l'informatique

Dans le domaine des jeux sociaux, le service marketing, les concepteurs et les informaticiens coopèrent afin de comprendre le comportement des joueurs. C'est ce que décrivent Olivier Mathieu, vice-président Publishing de Iscool et Thomas Cabrol, Data miner de la même société.



CIO : *Olivier Mathieu, vous êtes responsable des produits chez Iscool Entertainment. Quelle est l'activité d'un éditeur de jeux tel que vous ?*

Olivier Mathieu : Nous développons des jeux sociaux. Un jeu social propose une expérience ludique gratuite. Ces jeux communiquent avec les réseaux sociaux, en particulier Facebook. Notre cible est plutôt féminine de plus de trente ans. Ceci dit, c'est assez variable selon les jeux. Certains, comme IsCool, n'ont pas d'ancrage fort sur une population spécifique en termes démographiques.

CIO : *Si le jeu est gratuit, comment votre société se rémunère-t-elle ?*

Olivier Mathieu : Il existe des options payantes pour les joueurs les plus engagés afin de bénéficier d'un jeu plus riche. Notre modèle suppose donc de fidéliser les joueurs pour obtenir des paiements récurrents. Mais ceux-ci restent toujours optionnels. Un joueur payant peut donc toujours redevenir un joueur gratuit.

CIO : *Quelle est la différence avec les autres types de jeux ?*

Olivier Mathieu : C'est radicalement différent des jeux en boîte qui sont achetés une bonne fois pour toutes. Et c'est différent de jeux en ligne massivement multi-joueurs comme World Of Warcraft dont l'accès passe par le paiement d'un abonnement.

CIO : *Côté technique, comment un jeu social fonctionne-t-il ?*

Olivier Mathieu : Les jeux communiquent avec les réseaux sociaux ou avec d'autres sites web via des interfaces de programmation applicative (API). Si le jeu reste en principe le même sur toutes les plates-formes, chaque connexion est spécifique. Concernant Facebook, l'API est publique et chacun peut proposer des contenus sous réserve de respecter certaines règles connues d'avance telles que pas d'alcool et pas de pornographie. Facebook exerce un contrôle uniquement a posteriori et peut supprimer des contenus inappropriés ou des connexions.

CIO : *Quelles sont les conséquences en termes de gestion de projet informatique afin de développer un tel jeu ?*

Olivier Mathieu : Le développement d'un jeu social se poursuit durant toute sa vie. C'est par exemple toujours le cas de notre jeu emblématique IsCool. Au contraire, le développement d'un jeu en boîte ►

OLIVIER MATHIEU, SPÉCIALISTE DE LA MONÉTISATION DE COMMUNAUTÉS

Olivier Mathieu est vice-président en charge du publishing de la société Iscool Entertainment, ex-Weka Entertainment. Il a la responsabilité de la performance économique des jeux édités, depuis la conception jusqu'à leur usage. Olivier Mathieu a passé l'essentiel de sa carrière dans l'industrie du jeu. Il a notamment été en charge durant six ans chez Vivendi Universal Games en France et en Asie de développement commercial et de monétisation de communautés. Il s'y est occupé de jeux comme World of Warcraft, Diablo et Warcraft 3 mais aussi de jeux en ligne à base de micro-transactions. Quant à Iscool

Entertainment, c'est un éditeur de jeux sociaux publiés d'une part sur le portail propriétaire Cafe.com, son activité historique aujourd'hui marginale, et d'autre part depuis 2008 sur les réseaux sociaux, dont au premier chef Facebook. Le jeu génère neuf millions d'euros de chiffre d'affaires annuel et deux millions de bénéfice. Les jeux de cet éditeur sont destinés au grand public. Son jeu vedette est Iscool où il s'agit d'échanger des points kiwis avec ses amis sur Facebook. La société édite également des jeux plus classiques comme des jeux de cartes en ligne. ■

est achevé dès qu'on décide de le mettre en rayon. Par ailleurs, l'architecture technique doit tenir compte des problèmes de charge. Le nombre de joueurs peut varier fortement et devenir très important. C'est totalement le contraire d'un jeu sur PC ou console. Enfin, la diversité des publics s'accroît avec le temps. Les joueurs les plus anciens sont devenus experts tandis que des débutants arrivent régulièrement dans le même espace de jeu.

CIO: *Comment procédez-vous pour maximiser votre chiffre d'affaires si vos clients peuvent à tout moment redevenir des utilisateurs gratuits ?*

Olivier Mathieu: Il faut se concentrer sur l'expérience de jeu. Une fois le jeu lancé, il faut analyser précisément ce qui se passe pour coller aux attentes des joueurs, qu'ils soient experts ou débutants. Pour cela, nous disposons de données à la fois quantitatives et d'autres plus qualitatives. Les données chiffrées décrivent toute l'activité des joueurs. Les données qualitatives servent à définir ce qui plaît ou pas. Pour les traiter, nous travaillons avec des sociologues ou des psychologues. Le premier objectif est d'éviter de créer des règles qui violent les attentes -même non-exprimées- des joueurs. Par exemple, si un jeu attire par sa convivialité, il s'agit de ne pas créer un module de tournoi. L'analyse qualitative permet donc d'orienter les développements.

CIO: *Et l'analyse quantitative ?*

Olivier Mathieu: Elle permet d'analyser les performances des jeux et l'évolution des profils des joueurs en fonction de certaines caractéristiques, notamment démographiques mais surtout comportementales. Une fois les deux analyses réalisées, nous pouvons alors modéliser le comportement des joueurs et optimiser la performance économique des jeux puis, par conséquent, celle de l'entreprise.

CIO: *Thomas Cabrol, vous êtes Data Miner chez Iscool Entertainment. Quel est le rôle d'un Data Miner ?*

Thomas Cabrol: L'analyse permet de poser un diagnostic. Les équipes Marketing et Game Design définissent et spécifient les améliorations à apporter au jeu. Ces spécifications sont alors mises en œuvre par les informaticiens. D'autres équipes informatiques ont également un rôle dans la production des données qui vont servir à réaliser les analyses. Entre ces informaticiens et ces analystes, les Data Miners font l'interface pour traduire les requêtes des uns et des autres. Le Data Miner va aussi mettre en forme les données brutes fournies par les informaticiens, comme les logs de connexion, et proposer une expertise dans leur analyse aux équipes marketing.

CIO: *Cette analyse décisionnelle sert-elle à mieux cibler le jeu en termes de joueurs ?*

Thomas Cabrol: Il est beaucoup moins nécessaire d'effectuer un ciblage précis en amont pour un jeu social que pour un jeu en boîte pour PC. Pour un jeu vidéo sur PC, il sera nécessaire de mener un important travail préalable afin de s'assurer que le jeu rencontrera un public et que les développements seront rentabilisés. Concernant un jeu social, le travail amont est très nettement moindre et se limite pratiquement à une veille sur les concepts. Un jeu social va être conçu de manière itérative : l'éditeur propose un concept de jeu puis le fait évoluer selon les données comportementales recueillies à l'occasion des expériences de jeu. Le datamining sert à affiner les profils des joueurs sur des bases surtout comportementales.

CIO: *Est-ce que ce mode de fonctionnement a un impact sur les profils des informaticiens que vous recrutez ?*

Thomas Cabrol: Tout à fait. Nos jeux se rapprochent techniquement plus d'une application web que d'un jeu vidéo classique pour PC. L'équipe en charge du cœur système va développer le moteur de ►

LES 3 QUALITÉS POUR DÉVELOPPER DES JEUX SOCIAUX

- ❶ **S'investir dans le produit.** Au-delà de la compétence technique, le responsable de projet doit être capable d'idées pour améliorer le produit.
- ❷ **Curiosité au-delà de la technique.** La nouveauté va faire la différence entre deux jeux. Il faut être curieux pour aller toujours plus loin, malgré la prise de risques induite. Il faut être capable de recourir à des théories ou des outils qui ne sont pas encore sortis des laboratoires universitaires.
- ❸ **Fonctionner par itérations.** Il ne s'agit pas de créer un objet parfait du premier coup mais, au contraire, de lancer rapidement quelque chose, par des développements légers et sans gros investissements, puis d'intégrer progressivement les améliorations.

fonctionnement sur des langages comme PHP, Java ou .Net. Les concepteurs de l'interface avec les joueurs vont, eux, surtout mettre en place des briques graphiques en javascript, flash, CSS, etc. Enfin, l'équipe infrastructure s'occupe d'héberger nos jeux dans le Cloud public d'Amazon. Notre puissance de feu s'adapte ainsi en permanence à la variété des charges supportées en fonction du nombre de joueurs.

CIO: *Quelle méthode de développement mettez-vous en œuvre ?*

Thomas Cabrol: Nous sommes contraints d'employer des méthodes de développement agile comme Scrum. Il y a une boucle permanente entre le marketing et l'informatique avec plusieurs versions par semaine, soit pour éliminer des bogues, soit pour faire évoluer les jeux. Nous n'avons, de ce fait, aucune roadmap figée. Les plans de développement sont mis à jour toutes les semaines. Les priorités évoluent selon les comportements constatés chez les joueurs. Si, brutalement, nous constatons qu'un module de tournoi s'impose, ce développement va ainsi devenir du jour au lendemain ultra-prioritaire. ■

Propos recueillis par Bertrand Lemaire

Pour en savoir plus



Retrouvez
Laurent Letourmy
directeur technique
de Iscool Entertainment
sur **CIO.PDF 12**



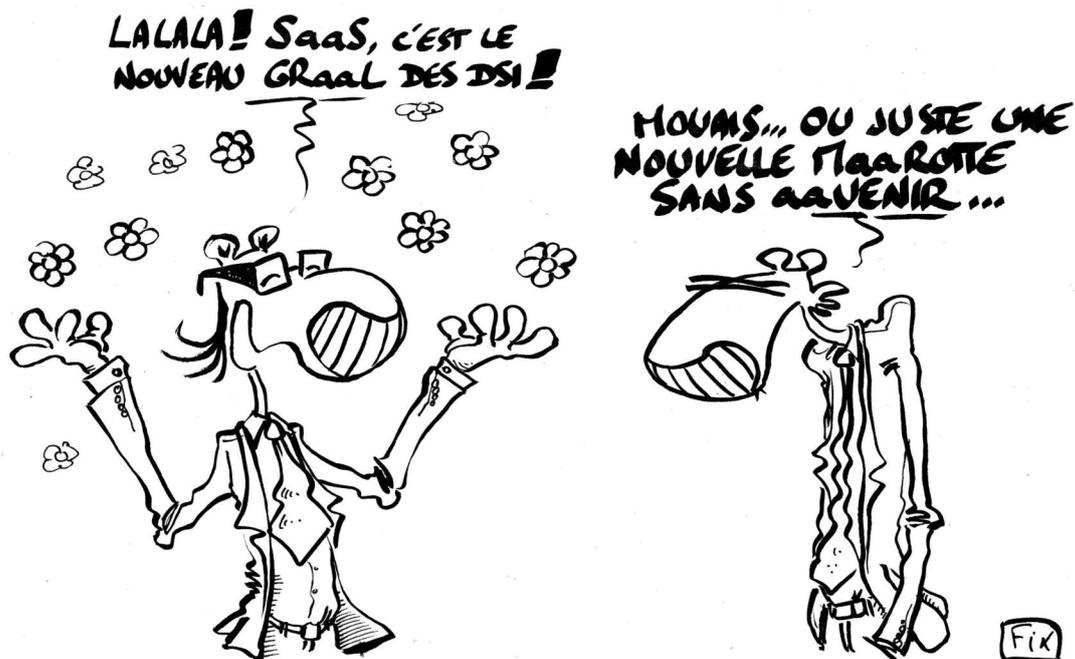
Nouvel espace "Actualité juridique des DSI"

CIO-Online propose un nouvel espace dédié à l'actualité juridique des DSI et des managers IT. Il est réalisé en partenariat avec le cabinet Féral-Schuhl Sainte-Marie et Maître Féral-Schuhl, auteure de "Cyberdroit", batonnière élue du barreau de Paris.

Retrouvez dans cet espace l'essentiel de l'actualité du domaine et inscrivez-vous à la newsletter mensuelle.



LE SAAS, C'EST SENSAS



CIO EVENEMENTS 2011

Inscrivez-vous dès à présent aux conférences 2011 sur cio-online.com

29 septembre 2011

LE DÉCISIONNEL À L'HEURE DES RÉSEAUX SOCIAUX

La performance business de l'entreprise exige un pilotage plus précis, plus réactif - voire en temps réel - et collaboratif dans tous ses secteurs d'activité.

11 octobre 2011

VERS UN SYSTEME D'INFORMATION PLUS AGILE :

A l'heure de la mondialisation et de la transformation des modèles économiques des entreprises, le système d'information doit permettre de changer de cap avec facilité lorsque les directions métiers expriment de nouveaux besoins.

29 novembre 2011

MAÎTRISER UN GRAND PARC INFORMATIQUE : LES OUTILS INDISPENSABLES ET LEUR GOUVERNANCE

Quand il s'agit de faire vivre des parcs de milliers de postes de travail, fixes ou mobiles, de centaines de serveurs et d'applications, répartis sur des dizaines de sites, il est indispensable de s'appuyer sur les outils et les services ad hoc.

7 décembre 2011

INNOVATIONS ET DEFIS 2012 DE LA DSI :

Comment les innovations IT aident à doper les ventes, optimiser sa relation client, fiabiliser la Supply Chain, réduire ses coûts, administrer ses RH ou mieux gérer les relations avec ses partenaires.

SOMMAIRE N° 43 OCTOBRE 2011

RETOURS D'EXPÉRIENCES: Les clés pratiques de la performance du système d'information

GESTION DE CARRIÈRE: Pourquoi enseigner lorsque l'on est DSI

FACE AUX MÉTIERS: Médecins et informatique au coeur de l'hôpital

Pour toute demande concernant CIOpdf : cio-abonnement@it-news-info.com - N° de téléphone dédié : 03 27 32 26 29

Une publication de :

IT NEWS INFO - 40 boulevard Henri Sellier 92150 Suresnes • Tél. : 01 41 97 61 45

Directeur de la rédaction : Jean-Pierre Blettner • jpblettner@it-news-info.com

Chef des informations : Bertrand Lemaire • blemaire@it-news-info.com

Ont participé à ce numéro : Thierry Lévy Abégnoli, Etienne Gandillot

Principaux associés : Adthink Media et International Data Group Inc.

Président : Bertrand Gros

Directeur de publication : Marc Lavigne Delville

Directeur général : Jean Royné

Président du groupe Adthink Media : Sylvain Morel

Réalisation : Rémy Beaudégel

SEPIA Studio - 6 rue Jules Simon 92100 Boulogne

CIO est édité par IT NEWS INFO, SAS au capital de 3 000 000 €

Durée de la société :

jusqu'au 7 septembre 2106

Siret : 500 034 574 00029 RCS Nanterre