

Les métiers plus efficaces grâce à la DSI



En bref

La valeur d'usage de l'IT, c'est un grand classique des préoccupations de la DSI. Mais, concrètement, comment l'accroître ? Comment diminuer les coûts, répondre avec agilité et produire plus de valeur ? Les exemples sont détaillés dans ce CIO.Focus, issu de l'atelier participatif CIO, de Total, de Solvay ou de Ouibus (groupe SNCF).

Sommaire

Stratégie

Comment mettre l'IT au service du quotidien de l'entreprise ?

Projets

Christophe Puzenat (Solvay) : « maintenant, on peut me réclamer quelques To pour le lendemain »

Projets

Arnaud Rödde (Total) : « éviter de forer inutilement un puits suffit à justifier le coût d'un super-calculateur »

La parole aux métiers

Marketing : Ouibus mesure l'efficacité de ses publicités télévisuelles sur son e-commerce

Comment mettre l'IT au service du quotidien de l'entreprise ?



L'atelier participatif CIO du 24 mai 2016 était consacré à l'IT au service du quotidien de l'entreprise.

CIO a organisé, le 24 mai dernier, un atelier participatif en partenariat avec Intel et K2 sur le thème de l'efficience métier.

L'atelier organisé par CIO le 24 mai, sur l'efficience métier, commençait par un scénario. Un scénario catastrophe pour mieux faire réagir le public. Etait regroupé le pire de ce qui pouvait arriver en même temps à un DSI, peut-être pas tout ce qui peut lui arriver en même temps, mais une bonne partie des inconvénients qu'il est susceptible d'affronter. « *Vu les sourires dans la salle, j'ai l'impression que ça parle à l'assistance* », remarquait Fabrice Benaud, le premier intervenant.

Un scénario où le DSI s'aperçoit que les cadres commerciaux travaillent de chez eux ou en mobilité, partagent des documents sensibles via une plateforme grand public faute d'un accès sécurisé au SI et grâce à des complicités comme celle de leur assistante. En plus, le marketing discute des lancements de nouveaux produits dans un groupe Facebook en partageant des photos de nouveaux designs. Le Pdg consulte ses mails sur le smartphone que sa femme vient de lui offrir, y compris ceux comprenant les pièces descriptives de l'OPA qu'il s'apprête à lancer sur un concurrent. Le scénario avance d'autres hypothèses tout autant extrêmes.

Fabrice Benaud grand témoin de l'atelier, est l'ancien DSI de GFK où la data est coeur de l'activité, un groupe en forte croissance, « *d'ailleurs on a reçu avec le DSI de Total un award de Business Object avant qu'il ne soit racheté par SAP* ». « *J'ai passé 25 ans dans l'entreprise, pour finir je gérais 60 pays avec des problématiques d'intégration à l'intérieur du groupe et beaucoup de rachats, des investissements importants sans être sûr que les métiers soient impliqués. Après il y a deux ans, j'ai créé le cabinet Ideatrans*

où je prolonge cette idée de transformation et d'innovation, en même temps, j'investis dans des start-ups que j'accompagne. »

Un scénario caricatural ?

Après Fabrice Benaud, plusieurs participants interviennent spontanément, le scénario donne lieu à des commentaires divers, il reflète une réalité, même s'il reste caricatural. Mais la salle réagit surtout en citant des exemples de solutions de stockage et de collaboratif en ligne qui effectivement se répandent facilement, avec des directions métiers qui contractualisent d'elles-mêmes avec des fournisseurs en SaaS. Elle parle aussi de l'adaptabilité des applications sur les différents devices. *« Et les mots de passe qui se baladent »* dit l'une, *« et la question des devices personnels »* dit un autre. Caricature peut-être, mais le scénario a touché juste.

C'est toujours le temps des introductions et Claude Chauvet d'Intel fait une petite démonstration de l'outil Unite de partage d'écrans, très utile en réunion. *« Comme vous, j'ai beaucoup de mal à faire tenir un port VGA, regardez sur vos machines vous avez du mini-HDMI, du HDMI, en tout cas le port VGA devient rare mais reste un grand classique pour la vidéo-projection. Ce qui pose le problème du partage d'écrans, beaucoup de solutions existent pour arriver à se connecter, d'où l'idée de passer par un petit client logiciel, Unite, pour se connecter. Je passe par un code pin à 6 chiffres et je suis alors capable de partager mon écran avec celui des autres participants ou de quelques participants. Je peux également rapatrier ce qui est présenté sur l'écran central. Il y a aussi un gros volet collaboratif, on peut partager des documents et faire des annotations. »*

Un classique tour de table permet ensuite de faire à nouveau *« remonter »* plusieurs questions en rapport avec la thématique du jour. Difficile de citer tout le monde. Radio France optimise sa qualité opérationnelle avec trois volets, le SI, l'organisation avec une démarche processus et les RH. Ponticelli aborde la transformation avec le volet collaboratif. Une responsable SI d'Air France traite en particulier des pilotes. Le ministère des affaires étrangères et ses activités consulaires se cherche sur des sujets comme le vote électronique et la refonte des visa pour renforcer l'efficacité des agents, mais en lien avec la DSI. La Ligue contre le cancer se préoccupe de dématérialisation. Loxam est sur les mêmes questions.

Les contraintes réglementaires

Hauts-de-Seine Habitats, lui, se modernise et vit la fusion de certains organismes : dématérialisation, pilotage, digital, innovation sont ses grands sujets. La Banque de France avec son nouveau Gouverneur veut se transformer au moyen de son plan Ambitions 2020, réfléchissant au digital, au big data, aux fintechs, avec de nombreuses préoccupations en matière de réglementation. Sonepar, avec son directeur de la maîtrise d'ouvrage et ex DSI travaille sur la transversalité et les relations avec la DSI.

Autant de projets ou de préoccupations qui tournent autour de l'efficacité, du service à rendre par l'IT aux usagers mais aussi sur le rôle de la DSI. *« N'oublions pas non plus que les entreprises vont consommer les applications d'une autre manière, c'est le SMAC, où le mot cloud joue un rôle important »* note Erwan Montaux, directeur commercial entreprises Europe de l'Ouest chez Intel. *« Il faut s'intéresser aux usages, explique de son côté Fabrice Benaud, aux utilisateurs, à la mobilité, au télétravail, et à toutes ces organisations avec des jeunes qui n'ont pas spécialement envie d'entrer*

dans des grands groupes mais veulent des écosystèmes intelligents, ouverts, connectés, sinon on va pousser des solutions qui ne correspondent pas aux vrais besoins ».

Erwan Montaux devait rappeler que, connu comme fabricant de processeurs, Intel au niveau de l'entreprise travaille aussi avec des constructeurs, des intégrateurs et des clients finaux sur la transformation digitale de l'environnement de travail. *« C'est extrêmement important pour nous, cela signifie que la mobilité, la collaboration et la sécurité sont trois éléments clés sur lesquels nous travaillons. Sur l'aspect infrastructure nous travaillons sur le data centric et le legacy business. Le monde devient de plus en plus ubiquitaire, il faut l'organiser, avec deux aspects importants, le comportement des utilisateurs et sa responsabilité et un autre sur les outils et le cadre de travail que l'on met en place ».* Une intervention qui donne lieu à de nombreux échanges avec la salle.

Avec peu ou pas de code

Vincent Marlard, country manager France de K2, devait intervenir, en notant des éléments intéressants venus de la salle. Prenant juste une minute pour présenter sa société, une société américaine, encore peu connue en France, 250 clients quand même, soit la moitié du CA 40. Elle fait des applications métier en mode agile, *« voilà la phrase clé, derrière, on vient après la partie infra sur l'appli et les nouveaux usages aux utilisateurs. On voit souvent les métiers faire un cahier des charges, demander un développement, mais celui-ci s'avère vite couteux, chronophage... En prenant un progiciel métier, l'avantage c'est qu'il n'est pas cher et correspond au besoin de l'utilisateur, c'est 80 à 85% du besoin, mais dès qu'il y en a un deuxième, ou un troisième ils ne sont pas forcément compatibles... Avec le BPM, une petite contrainte : les solutions sont trop techniques. K2 a donc une toute autre approche encore pour des applications métiers : agiles et sans code ou avec peu de code. »*

Fabrice Benaud intervient souvent du fait de la richesse des questions posées par les participants. Avec quelques conclusions. *« On n'a pas le choix de l'ubiquitaire. Donc, comment faire ? On a vu des opportunités plutôt que des contraintes, il faut donc savoir mettre du bon sens dans cette question des usages. Aller vite dans le mur ne sert à rien »*. *« Seuls les use case fonctionnent, explique un participant, pour rester dans les temps, avec un budget raisonnable, sans pratiquer l'annuaire téléphonique qui était l'ancien catalogue de service de la DSI »!* *« Le DSI est mort, vive le DSI »* lançait un autre des participants.



Didier Barathon

Rédacteur en chef de Réseaux & Télécoms

Christophe Puzenat (Solvay) : « maintenant, on peut me réclamer quelques To pour le lendemain »



Christophe Puzenat, responsable de l'équipe architecture technique de l'informatique scientifique chez Solvay, a opté pour du software defined storage.

L'informatique scientifique du groupe chimique Solvay a évolué vers du software defined storage à base de baies Infinidat pour plus de flexibilité et de fiabilité.

Avec un chiffre d'affaires de plus de 12 milliards d'euros, 145 sites et plus de 30900 collaborateurs, Solvay est l'un des plus grands groupes chimiques du monde. Son informatique scientifique comprend une partie de l'informatique industrielle mais surtout les moyens IT de la recherche et développement et de l'ingénierie.

On trouve dans le périmètre de ces deux derniers points de la modélisation, de l'acquisition de données scientifiques en temps réel, de la GED, de la CAO 2D/3D, du calcul haute performance pour la simulation du comportement de produits, etc. Ces outils sont installés dans le datacenter de Saint Fons Belle Etoile. Ces 120 applications pour un millier d'utilisateurs représentent 50 To de données. La fiabilité et la performance de ces outils sont évidemment essentielles au bon fonctionnement de l'entreprise mais les anciennes infrastructures ne donnaient plus satisfaction.

Une infrastructure vieillissante et défaillante

« Lors de notre précédent appel d'offres, en 2008, c'était Dell qui avait remporté le marché en tant que vendeur et intégrateur avec des baies EMC Cx320 » se souvient Christophe Puzenat, responsable de l'équipe architecture technique de l'informatique scientifique chez Solvay. L'infrastructure mise en place à l'époque comprenait 30

serveurs physiques hébergeant 40 serveurs virtuels reliés à un SAN de 94 To bruts dotés d'une bande passante théorique Fibre Channel de 4 Go/s. Durant quatre à cinq ans, tout s'est très bien passé. Mais, ensuite, la fiabilité s'est détériorée et, surtout, des incidents peu acceptables ont eu lieu.

La performance globale de l'infrastructure âgée de sept ans n'était plus à la hauteur des attentes de Solvay, en particulier avec des latences devenues trop importantes. De plus, l'administration de l'infrastructure restait très complexe. Surtout, des incidents ont abouti à des pertes de données alors que les sauvegardes sur bandes exigeaient des délais très importants.

Des incidents aboutissant à des pertes de données

La technologie installée, datant de 2008, reposait sur du RAID 5. En cas de défaillance d'un disque dans un rack donné, celui-ci était reconstruit sur un disque de sauvegarde prévu dans ce rack. Mais les délais de reconstruction pouvaient être de plus d'une semaine. Et la méthode employée aboutissait à des pertes de données si un deuxième disque du même rack tombait en panne pendant la première reconstruction. Or, avec du matériel vieillissant, la probabilité d'une deuxième panne devenait très importante. De fait, plusieurs fois, le risque s'est réalisé.

Christophe Puzenat précise : « j'ai surtout été contrarié par le fait que la plupart des pannes affectait un rack bien précis, réparé de multiples fois, mais sans que le fournisseur ne nous adresse le moindre conseil ou la moindre préconisation. » La maintenance mise en place était particulièrement chronophage : en cas d'alerte apparaissant dans les outils de supervision, EMC demandait qu'on lui fasse parvenir les fichiers de diagnostic. Or la génération de ces fichiers pouvait prendre une journée et leur volume atteindre des centaines de Mo, aboutissant à des lenteurs de transferts. « Pour, au final, peu ou pas de recommandations alors que certaines alertes auraient dû permettre d'anticiper les incidents ultérieurs » regrette Christophe Puzenat.

Pour parachever le tableau, le fournisseur a annoncé la fin de la maintenance des matériels installés avec un préavis de six mois. Remplacer un tel matériel dans un délai aussi court alors qu'aucun budget n'avait été prévu posait d'évidents problèmes. Un prestataire, APX, a alors accepté de prendre la relève de la maintenance mais avec des engagements limités, notamment sans obligation de résultat.

Un remplacement avec une montée en performance et en flexibilité

Finalement, un projet de remplacement peut voir le jour en 2015. Un appel d'offres est lancé et, en juin 2015, durant un mois, les réponses des différents fournisseurs sont étudiées. Solvay voulait disposer d'un environnement à la fois flexible et performant, capable de supporter des évolutions de la capacité de stockage et très fiable. La procédure de sauvegarde devait également être revue et modernisée. Enfin, outre le prix qui est toujours un critère, Solvay souhaitait simplifier l'administration de l'infrastructure.

Solvay a choisi de se doter de baies Infinidat F2000, du logiciel de sauvegarde de Veeam et d'étendre son déploiement de VMware. L'entreprise a acheté deux fois 100 To mais les baies installées supportent 330 To pour la baie de production et 254 To pour la baie de backup. « Infinidat a été le seul à proposer cette possibilité de flexibilité » souligne Christophe Puzenat. Dans la limite des To installés, il suffit d'un bon de commande pour débloquer des capacités pas encore achetées. Christophe Puzenat se réjouit : « maintenant, on peut me réclamer quelques To pour le lendemain ». Lorsque le seuil acheté est presque atteint, le système déclenche une alerte. A ce moment là, les administrateurs décident soit de « faire le ménage » soit de

commander des capacités supplémentaires.

Des disques durs ordinaires boostés à la RAM

Les baies F2000 reposent sur des disques durs SATA tout à fait ordinaires. Elles comprennent 24 ports Fibre Channel 8 Go/s et 6 à 10 Go/s. Surtout, elles gèrent un cache sur une RAM de 384 Go. « Le logiciel apprend au fur et à mesure et l'optimisation du cache progresse régulièrement » expose Christophe Puzenat. Cette optimisation est largement suffisante pour les besoins actuels de Solvay et l'entreprise n'a pas souhaité donner suite à la proposition d'Infinidat de rajouter des disques SSD dans les baies. La fiabilité a notamment été vérifiée en ajoutant ou en retirant à chaud des capacités ou des alimentations électriques.

Les tests de performance ont donné des résultats cent fois au dessus de l'ancienne infrastructure. Par exemple, la latence maximale constatée est passée d'une fourchette 300ms/1 seconde à 6ms. L'installation physique des baies, avec le câblage et les disques, n'a pris qu'une demi-journée. Ensuite, il a fallu migrer 53 To de données. L'intégrateur APX et les équipes internes ont fait le nécessaire en deux semaines. Parmi les points satisfactions des équipes de Solvay, il y a la nouvelle interface HTML 5 d'administration. Et une excellente relation avec les équipes techniques d'Infinidat. Au final, le projet complet -y compris sauvegardes et accroissement de la virtualisation- a nécessité un budget inférieur à 250 000 euros.

Une solution similaire a été déployée sur le site de Bruxelles (où se trouve aussi le siège social du Groupe). En tout, ce sont donc quatre baies Infinidat qui sont aujourd'hui installées au sein du groupe.



Bertrand Lemaire
Rédacteur en chef de CIO

Arnaud Rödde (Total) : « éviter de forer inutilement un puits suffit à justifier le coût d'un super-calculateur »



Arnaud Rödde, responsable des infrastructures informatiques de la branche exploration-production de Total, explique le rôle essentiel du calcul haute-performance dans l'activité pétrolière. Photo : (c) Total

Total a fait évoluer son supercalculateur Pangea construit par SGI pour modéliser plus finement les champs pétroliers. Cette amélioration se justifie par l'optimisation de l'exploitation induite. Arnaud Rödde, responsable des infrastructures HPC de la branche Exploration-Production de Total, explique le projet, son architecture, sa raison d'être et son avenir.

***CIO* : Pourquoi Total a-t-il accru la capacité de son super-calculateur Pangea ?**

Arnaud Rödde : Exploiter un *champ de pétrole* ne consiste pas à percer un trou dans un lac souterrain et à attendre que le pétrole jaillisse ! C'est un peu plus compliqué que cela, d'autant qu'on ne peut pas aller voir directement ce qui se passe sous terre. De ce fait, toutes les compagnies pétrolières ont recours à de la simulation numérique pour leurs géosciences. Lorsque nous avons mis en production Pangea en janvier 2013, l'évolution de 2016 était déjà prévue. Accroître la capacité de Pangea nous permet d'optimiser la précision des images 3D obtenues du champ examiné, de diminuer les temps de traitement et de mieux simuler la vie des gisements.

La première phase du projet a nécessité un investissement d'environ 30 millions d'euros pour un coût global approximatif de 60 millions d'euros sur 4 ans. La deuxième phase, celle de 2016, a été rendue possible par un investissement complémentaire de 35 millions d'euros.

CIO : Quelle est l'architecture de Pangea ?

Arnaud Rödde : Pangea est une machine dite massivement parallèle avec 220 000 coeurs de calcul qui délivrent une puissance de 6,7 Pflops assemblée par SGI. Ce constructeur a également intégré un stockage de 26 Po pour le calcul (le stockage des données en dehors du calcul est situé ailleurs). Ce stockage est basé sur des baies de disques DDN, et un système de fichiers répartis qui permet de satisfaire les besoins en débit (450 Go/s). Enfin, l'ensemble est interconnecté par 200 kilomètres de fibre optique et un réseau Infiniband de typologie hypercube. Nous avons fait ces choix car c'est l'architecture la plus efficace pour couvrir nos besoins.

En 2012, nous avons lancé un appel d'offres très ouvert laissant les constructeurs nous proposer les technologies et les architectures de leur choix avec des performances à atteindre. Chaque constructeur a présenté sa solution : Cray, HP, IBM, Fujitsu, Bull... et donc SGI. Ce dernier constructeur nous a proposé la meilleure offre à la fois en termes de performances, de coût et d'impact environnemental. Par exemple, pour illustrer le dernier point, le refroidissement s'effectue par circulation d'eau directement sur les lames de calcul (à ce jour nous n'avons jamais eu de soucis de fuite).

Comme je l'ai indiqué, il était prévu dès le départ de faire évoluer Pangea pour intégrer des processeurs de dernière génération.

CIO : Quelle sera la prochaine évolution de Pangea ?

Arnaud Rödde : Il est peu probable qu'il y en aura une, même si ce n'est pas complètement impossible, les limites de la machine actuelle semblent atteintes. En effet, Pangea est une architecture pure CPU. Nous commençons donc à réfléchir sur ce à quoi pourrait ressembler la prochaine machine, en nous projetant à trois ans. Nous envisageons plutôt un saut technologique, notamment pour rester dans des limites soutenables de consommation électrique. Actuellement, nous consommons 4,5 MW pour 6,7 Pflops. Une projection linéaire de l'évolution de nos puissances de calcul passées, nous amènerait dans trois ans autour des 100 Pflops. Si on conserve les mêmes ratios, la consommation serait de 80MW, ce qui n'est tout simplement pas envisageable. *[NDLR : une centrale électrique moyenne, comme celle de La Baie sur l'île de la Réunion, produit 80 MW. La totalité de la production électrique de La Réunion, avec 834 000 habitants, représente 220 MW.]*

Les nouvelles architectures sont moins consommatrices d'énergie. Donc, a priori, dans trois ans, nous relancerons une mise en concurrence pour construire une nouvelle machine et profiter des nouvelles solutions et technologies disponibles.

CIO : Concrètement, vus les investissements colossaux dont on parle, à quoi cela sert-il d'accroître ainsi les capacités de calcul ?

Arnaud Rödde : Il s'agit pour nous d'être à la pointe pour décrire plus finement des champs de plus en plus complexes. L'objectif ultime est la capacité à simuler totalement la physique des champs de pétrole, donc de réduire les approximations dans nos calculs. Comme tout industriel, nous gérons nos risques opérationnels. Et le calcul permet de diminuer ces risques. Plus l'image du sous-sol est précise, plus nous maîtrisons nos risques. Par exemple, les champs situés sous les couches de sels sont difficiles à modéliser car les ondes sismiques se propagent très vite dans le sel. Réduire les approximations revient donc à améliorer l'image que nous obtenons. Par ailleurs, arriver à décrire précisément les phénomènes d'écoulement dans un réservoir

(notamment autour des failles) grâce aux simulations, nous permet d'optimiser les développements des champs et ainsi optimiser nos investissements.

Un puits de pétrole peut coûter plusieurs dizaines de millions d'euros. Economiser ne serait-ce qu'un seul puits permet donc de justifier un projet comme Pangea.

CIO : Est-ce qu'accroître les capacités de calcul permet de remettre en exploitation d'anciens champs jugés épuisés ?

Arnaud Rödde : Les données acquises il y a des années peuvent parfois être retraitées avec les nouvelles capacités et les nouveaux algorithmes. Potentiellement, on peut imaginer une telle ré-exploitation mais, concrètement, nous n'avons jamais remis en exploitation des champs jugés épuisés. On est dans l'effet de bord.

CIO : Les algorithmes évoluent donc eux aussi ?

Arnaud Rödde : Bien sûr. Une équipe de développeurs dédiée intègre les nouveaux algorithmes au fur et à mesure dans l'outil. Ce développement a aussi un coût. Mais les résultats sont là. Avant Pangea, nous mettions trois semaines à faire ce qui, aujourd'hui, nous prend trois jours. De ce fait, nous hésitons évidemment moins à lancer des calculs avec des algorithmes sophistiqués alors que, auparavant, nous ne lançons la simulation complète qu'une fois tout parfaitement calé.

En savoir plus

Un *champ de pétrole* est souvent imaginé par les non-spécialistes comme un creux dans une roche, rempli de liquide, éventuellement avec du gaz, le tout étant prêt à jaillir dès qu'un trou est percé dans la poche. Si tel était le cas, les calculs nécessaires à l'exploration pétrolière seraient beaucoup plus simples et l'extraction nettement moins onéreuse. Malheureusement, un *champ de pétrole* ne ressemble que rarement à une telle description et peut être dissimulé par des couches rocheuses très réfléchives.

Dans les faits, il s'agit plutôt de diverses couches de roches plus ou moins poreuses, à la texture plus ou moins fine, dans lesquelles circule une matière huileuse. « Selon la porosité des roches, on peut raisonnablement penser qu'il y a ou non du pétrole dans un horizon rocheux » explique Bénédicte de Feuarent, géophysicienne.

Mais cela ne suffit pas. En effet, si la poche contenant éventuellement du pétrole est bien isolée et est d'une taille suffisante, creuser un puits peut s'avérer pertinent. Mais si les poches sont isolées les unes des autres par des barrières étanches ou si, au contraire, une faille permet au pétrole de fuir vers des couches plus en surface, la situation est toute autre. Dans de tels cas, creuser est moins pertinent économiquement. La simulation décrite ci-dessus permet donc de juger de la taille des poches et d'anticiper si celles-ci vont être masquées ou exploitables.

Pour les champs offshore, les campagnes de prospection sont effectuées par des bateaux qui, via des explosions de canons à air, émettent des ondes. Ces ondes sonores se réfléchissent sur les différentes couches de roches, puis sont récupérées par des capteurs (appelés hydrophones). Les signaux enregistrés sont alors analysés. Bénédicte de Feuarent indique : « L'étude d'une zone peut nécessiter plusieurs mois d'exploration sismique. Le traitement en temps réel est facilité par les super-calculateurs qui permettent notamment de modéliser des couches masquées. » Sel et calcite, couches très réfléchives, causent de nombreuses perturbations qui peuvent être plus aisément filtrées par des analyses 3D permises par la puissance de calcul de Pangea.

Sur le même sujet

- 30 Mars 2016 : [Le supercalculateur Pangea de Total triple sa puissance](#)
- 22 Octobre 2014 : [Total France fait tourner son supercalculateur avec une distribution Linux](#)
- 27 Mars 2013 : [Total met en route le plus puissant supercalculateur privé au monde](#)
- 28 Février 2012 : [Total va se doter du plus puissant supercalculateur privé du monde avec 2,3 Pflops](#)



Bertrand Lemaire
Rédacteur en chef de CIO

Marketing : Ouibus mesure l'efficacité de ses publicités télévisuelles sur son e-commerce



Béatrice Godineau, directrice de la communication de Ouibus, se réjouit d'avoir pu analyser précisément le drive-to-web et le drive-to-buy des spots télévisuels.

Un rêve de marketeur devenu réalité ? Ouibus, filiale de la SNCF assurant des trajets en cars, a recours à Realytics pour tracer l'efficacité commerciale sur le web des publicités télévisuelles en complément des indicateurs de performance classiques, jusqu'à l'acte d'achat.

En 2012, la SNCF a expérimenté des dessertes à bas coût en autocars réguliers entre Paris et des grandes villes européennes sous la marque Idbus, une filiale à 100% de sa branche Voyageurs. A l'époque, la réglementation interdisait en effet les trajets entre villes françaises sauf trajets privés (groupes touristiques...). Avec la *Loi Macron* promulguée le 7 août 2015, les dessertes en autocars ont été libéralisées sur le marché français. Dès le 4 septembre 2015, les premières dessertes franco-françaises ont été opérées par la filiale de la SNCF, rebaptisée pour l'occasion Ouibus. A ce jour, plus de 110 liaisons existent. La promotion de cette nouvelle offre a notamment été réalisée en vérifiant l'efficacité commerciale [des spots télévisuels](#) grâce à Realytics.

« Le marché était nouveau, l'offre nouvelle, car les Français ne se déplaçaient simplement pas en autocars longues distances » se souvient Béatrice Godineau, directrice de la communication de Ouibus. D'un côté, il s'agissait donc d'un grand saut dans l'inconnu, personne ne pouvant véritablement prédire la réelle adoption de cette nouvelle offre par une population ayant d'autres habitudes (en dehors des anticipations issues d'études de marché). De l'autre, Ouibus voulait devenir la référence de ce nouveau marché via une campagne de communication ayant deux objectifs : la

notoriété pure et le déclenchement des actes d'achat sur le site web.

Une campagne plurimédia

En décembre 2015, une campagne publicitaire est donc opérée à la fois en télévision, radio, affichage et, bien entendu, web. Béatrice Godineau reconnaît : « il est très difficile de tracer l'utilité de telle publicité sur tel média ou de l'isoler de l'effet des autres actions de communication. » Mais les investissements en télévision étant très coûteux, Oibus a tout de même souhaité adopter sur démarche de retour sur investissement plus rigoureuse.

Oibus est commercialisé via, essentiellement, le site web et l'app mobile dédiée. Il est également possible d'acheter des trajets sur des canaux comme Voyages-SNCF.com et des guichets en auberges de jeunesse. L'objectif prioritaire était donc de vérifier l'effet de chaque spot télévisuel sur la fréquentation du site web (*drive-to-web*) et la conversion en actes d'achat (*drive-to-buy*).

Un marché très concurrentiel avec une cible identifiée à valider

L'objectif, pour la SNCF, de l'offre Oibus n'est bien sûr pas de cannibaliser le train, son cœur de métier. L'autocar est donc destiné à capter la clientèle utilisant le covoiturage, les voitures individuelles ainsi que les non-voyageurs (pour motifs économiques surtout). La cible est donc plutôt jeune (18-35 ans, sans enfant) et, psychologiquement, sensible aux « bonnes affaires ». Composée plutôt d'étudiants, d'inactifs divers ou d'entrepreneurs indépendants, cette cible est prête à décaler légèrement un voyage, à réduire la vitesse du déplacement ou à anticiper la réservation pour obtenir un meilleur prix. Elle est surtout assez flexible en termes d'emploi du temps. Malgré tout, il fallait valider que c'était bien cette cible là qui répondrait à l'offre développée. Dans le petit monde du marketing, des erreurs sont restées célèbres, par exemple le yaourt à boire destiné initialement à une consommation dans un verre, à la table familiale.

Très traditionnellement, pour sa campagne de publicités, Oibus a évidemment eu recours à une agence d'achats médias, Zenith Optimedia. Celle-ci a comme métier, au delà de l'achat pur d'espaces publicitaires, de calculer des rentabilités d'investissements publicitaires en maximisant l'exposition de la cible visée aux messages au travers du calcul du [GRP \(Gross Rating Point\)](#).

Un calcul très fin du retour sur investissement

En amont du lancement de la campagne, durant une quinzaine de jours, un travail à trois a donc été mené pour réaliser le suivi désiré : la direction de la communication de Oibus, l'équipe technique web et, enfin, le prestataire retenu, Realytics. Pour l'équipe technique web, le travail s'est résumé à poser sur les pages des traceurs de manière appropriée en fonction des discussions menées avec Realytics pour obtenir les données utiles à l'application. La direction de la communication et Zenith Optimedia ont, elles, transmis à Realytics le planning très précis des diffusions de spots sur les différentes chaînes télévisuelles et les GRP.

Pour la direction de la communication, le retour s'est fait avec un outil en pur SaaS. « Nous avons un tableau de bord en temps réel de la performance d'un spot sur le drive-to-buy, avec un calcul de ROI de chaque spot en fonction du prix du spot et du chiffre d'affaires généré » se réjouit Béatrice Godineau. Elle ajoute : « en fin de période, nous avons obtenu un rapport complet avec des résultats consolidés, constituant une base très riche pour réaliser le bilan de campagne. »

Un petit travail technique, un grand pas sur le calcul de performance

Béatrice Godineau reconnaît : « c'est un peu la réalisation d'un rêve de marketeur ». En effet, l'outil SaaS de Realytics permet de réaliser un post-test de plan média très efficace. Il ne s'agit pas de mesurer la notoriété de la marque ou la mémorisation d'un spot, mesures qui sont effectuées par ailleurs avec des méthodes traditionnelles, mais bien de suivre une efficacité commerciale. Mais l'agence Zenith Optimedia ne s'est-il pas trouvé un nouveau concurrent ? « Non, elle ne l'a pas du tout vu comme un concurrent mais bien comme un outil complémentaire à ceux qu'elle employait déjà et ils ont été ravis des résultats » conteste Béatrice Godineau.

De fait, les choix faits par l'agence média ont été confortés par les résultats obtenus. Mais, là où l'agence média opère statistiquement sur de grandes tendances, les données de Realytics opèrent au contraire sur du micro-ciblage et du micro-bilan. Béatrice Godineau insiste : « il s'agit d'analyser quels canaux convertissent bien » [amènent des prospects qui achètent effectivement, NDLR]. Si les créations publicitaires et le plan média ont été clairement validés, Ouibus possède désormais une capacité à bien optimiser ses futurs achats média en fonction de ses objectifs commerciaux. Un exemple : le drive-to-web est nettement plus fort en journée sur certaines chaînes car la télévision y est moins impliquante, disposée en deuxième écran à côté d'un ordinateur ou d'un smartphone, aptes à permettre une consultation en ligne immédiate. Bien entendu, les résultats exacts sont strictement confidentiels...

Et ce rêve de marketeur a été rendu possible juste, côté équipe web, en posant quelques traceurs dans les pages web.

A propos de Ouibus

Ouibus est une filiale à 100% de la SNCF assurant des transports longue distance en autocars. Plus de 110 liaisons existent aujourd'hui. Son service a été lancé le 4 septembre 2015. Il utilise 120 autocars de 48 à 57 places, récents et proposant toilettes, prises électriques et wi-fi gratuit.

A mi-janvier 2015, quatre mois et demi après le lancement, 267 000 trajets avaient été consommés sur les lignes Ouibus. 110 liaisons existaient à cette date, reliant 40 villes différentes en France et 11 dans d'autres pays européens. Par rapport à Idbus, qui ne transportait des passagers que sur des liaisons internationales avant la promulgation de la *loi Macron*, Ouibus a transporté 2,8 fois plus de passagers en décembre 2015 par rapport à décembre 2014. Les liaisons ayant le plus de succès sont, dans l'ordre, Bordeaux-Marseille, Paris-Toulouse, Paris-Brest, Paris-Strasbourg et Paris-Grenoble. Sur ces liaisons, le taux moyen d'occupation des sièges est supérieur à 70%.

Le voyageur-type est une femme (60% des passagers), de moins de 35 ans (58%), voyageant seul (72%) pour aller rendre visite à des proches (65%). Le voyageur type optant pour Ouibus a opéré une comparaison avec le co-voiturage dans 51% des cas avant d'acheter son billet. Les retraités représentent cependant 10% des passagers et les motifs professionnels 11% des déplacements opérés. 55% des réservations se font à moins d'une semaine du départ.

(Source des chiffres : Ouibus)



Bertrand Lemaire
Rédacteur en chef de CIO

Pour toute demande concernant CIO.focus :

contact-cio@it-news-info.com

Une publication de IT NEWS INFO : 40 bd Henri Sellier 92150 Suresnes

Rédacteur en chef : Bertrand Lemaire, blemaire@it-news-info.com

Tél. : 01 41 97 62 10

Principaux associés : Adthink Media et International Data Group Inc.

Président : Bertrand Gros

Directeur de publication : Bertrand Gros

Directeur général : Jean Royné

Président du groupe Adthink Media : Sylvain Morel

CIO est édité par IT NEWS INFO, SAS au capital de 3000000 €

Siret : 500034574 00029 RCS Nanterre

