

E-Guide

IT & Innovation dans le secteur automobile



Retour sur les expériences IT récentes de grands noms de l'automobile : Daimler, Renault, BMW et Volkswagen. Gestion des applications, Cloud computing, IT management...

Daimler s'apprête à son tour à réinternaliser son IT tout en lorgnant vers l'Inde et la Turquie

Dans cet E-guide

Daimler s'apprête à son tour à réinternaliser son IT tout en lorgnant vers l'Inde et la Turquie

Gestion de flotte : Renault pilote son marketing avec Access Insight

BMW s'apprête à allumer son Cloud privé

VW : une seule carte pour le contrôle des accès physiques et logiques

Le constructeur automobile allemand Daimler prévoit d'économiser quelques 150 millions d'euros par an en réinternalisant son IT tout en développant son activité en Inde et en Turquie. Une annonce qui intervient alors que les retours en arrière après des années d'externalisation sont légions. Outre-Atlantique General Motors vient d'annoncer le rapatriement de certaines activités externalisées dans le sous-continent tout comme American Express. Il y a quelques semaines Procter & Gamble suivait le même chemin estimant devoir mieux contrôler son IT pour demeurer compétitif.

Selon nos confrères allemands du magazine Automobilwoche, un membre de la direction de Daimler aurait expliqué avoir pour objectif une économie de 150 millions d'euros annuels d'ici la fin 2016. Dans le même temps le DSI de Daimler prévoit d'étendre ses activités IT en Inde et en Turquie. Ce mouvement intègre notamment la réinternalisation des services SAP et la mise en place d'un centre dédié à l'ERP en Inde (à Bangalore) qui serait fort de 700 salariés.

Peter Schumacher, patron du cabinet de conseil en management Value Leadership Group explique que cette stratégie souligne tout de même les avantages offerts par les activités offshore. Et d'ajouter que « nos discussions avec les DSI européens confirment que beaucoup sont séduit par l'idée d'étendre encore l'utilisation de services en mode offshore. Les clusters orientés IT et R&D établis à Bangalore sont désormais matures et généralement unique en termes de taille et de compétences très élevées concernant de nombreuses disciplines informatique et de nombreux produits de référence ».

L'an passé General Motors (GM) avait annoncé son plan de réinternalisé ses activités extérieures – 90% du total de son IT – et de recruter 10 000 informaticiens dans ce cadre. La pression sur les emplois aux Etats-Unis aidant General Motors ne devrait pas être le dernier dans ce cas. Selon un article récent publié dans Times of India, des sources proches de Procter & Gamble affirme que le plan du géant des cosmétiques et bien de « reprendre

un contrôle direct sur des pans cruciaux de ses technologies IT afin de s'en servir de levier pour conforter sa position face à la concurrence ».

Dans cet E-guide

Daimler s'apprête à son tour à réinternaliser son IT tout en lorgnant vers l'Inde et la Turquie

Gestion de flotte : Renault pilote son marketing avec Access Insight

BMW s'apprête à allumer son Cloud privé

VW : une seule carte pour le contrôle des accès physiques et logiques

Lutz Peichter, de Forrester, affirme que la tendance des grandes entreprises à reprendre en main en interne leur IT est largement due aux échecs constatés et à la qualité de service jugée faible côté fournisseurs. Selon lui le problème réside dans le fait que les fournisseurs font souvent ce qui est signé dans le contrat mais que les contrats reflètent rarement la manière dont les entreprises souhaitent réellement conduire leur activité.

Gestion de flotte : Renault pilote son marketing avec Access Insight

Dans cet E-guide

Daimler s'apprête à son tour à réinternaliser son IT tout en lorgnant vers l'Inde et la Turquie

Gestion de flotte : Renault pilote son marketing avec Access Insight

BMW s'apprête à allumer son Cloud privé

VW : une seule carte pour le contrôle des accès physiques et logiques

Renault numéro un des ventes aux entreprises en France et numéro 1 en Europe sur le marché des véhicules utilitaires pilote désormais pour partie sa force commerciale avec Access Insight de la société Access France. Un projet de big data et d'analyses de données né avec le besoin de Renault de mieux animer des forces commerciales très diversifiées, allant des 450 vendeurs de secteurs aux forces commerciales dédiées aux grands comptes. Le projet Fleetb@se, animé par Louis Wiedemann, Renault Directeur Marketing flotte, s'inscrit donc dans une meilleure utilisation des données enregistrées (date d'immatriculation, motorisation, les modèles, informations sur les sociétés) par les différents managers commerciaux. L'idée étant de rendre plus opérationnelles et partagées les données de base de la flotte afin de mieux anticiper, par exemple, les renouvellements de parcs ou les impacts réglementaires sur la motorisation.



Dans un contexte concurrentiel renforcé, il s'agit notamment pour Renault flotte professionnelle d'être plus réactif sur le segment le plus important du marché : les parcs de plus de 6 véhicules qui représentent 56 % du marché et 65 % des nouveaux achats. Le travail sur la granularité des données, leur mise en

exploitation visuelle ainsi que les possibilités de corrélation permettent de disposer d'un outil fiable pour les actions marketing. Pour Louis Wiedemann au niveau marketing, les facteurs de succès d'un projet Big Data de ce type repose sur différents facteurs : « bien sûr la qualité des données, mais aussi le travail de segmentation et d'analyse des données à extraire en temps réel par rapport aux actions à mettre en œuvre », a-t-il commenté, lors d'un déjeuner de présentation de Access France organisé à la Tour Montparnasse. « L'objectif étant, à travers une meilleure visualisation de nos données de marché et de parc, de favoriser la prospection directe plus que la relance email automatique sur les données actuellement disponibles », a-t-il ajouté.

Dans cet E-guide

Daimler s'apprête à son tour à réinternaliser son IT tout en lorgnant vers l'Inde et la Turquie

Gestion de flotte : Renault pilote son marketing avec Access Insight

BMW s'apprête à allumer son Cloud privé

VW : une seule carte pour le contrôle des accès physiques et logiques

Access Insight une plateforme décisionnelle collaborative

De technologie française à la base mais récemment rachetée par le groupe britannique Access Group (60 millions euros de CA pour 540 collaborateurs), Access Insight permet, en mode Saas et avec la souplesse du Cloud, de restituer des données complexes en mode graphique. En marge des outils de BI traditionnels mais qui n'ont pas encore cette agilité, Access Insight offre un mode collaboratif unique sur chaque tableau de bord et permet à une équipe projet de partager des informations en temps réel. Par rapport à une application de BI traditionnelle, cela permet d'éviter un cycle de développement long lié à la mise en place des requêtes. C'est d'ailleurs une solution davantage positionnée comme un outil de management que comme un pur logiciel d'analyse. Pour Alexandre Schneider, directeur général de la BI, au sein du groupe, qui présentait cette solution de lors de la conférence, « l'utilisation collaborative peut passer par exemple par un fil de discussion sur un ensemble de données précises. [on peut également] coller un « post-it » virtuel sur un tableau pour souligner un secteur à suivre, tenir une conférence virtuelle, commenter sur les tableaux et les rapports et prendre des décisions importantes en temps réel. »

Dans cet E-guide

Daimler s'apprête à son tour à réinternaliser son IT tout en lorgnant vers l'Inde et la Turquie

Gestion de flotte : Renault pilote son marketing avec Access Insight

BMW s'apprête à allumer son Cloud privé

VW : une seule carte pour le contrôle des accès physiques et logiques

BMW s'apprête à allumer son Cloud privé

Après deux ans d'implémentation, de tests et de validation, le constructeur automobile allemand BMW fera entrer officiellement en production son infrastructure de cloud privé en novembre 2013.

Les équipes de BMW ont commencé à réfléchir à une refonte de leur infrastructure, alors que le Cloud Computing commençait à prendre de l'ampleur dans les entreprises en 2011. Leur objectif : mettre en place une infrastructure plus résiliente et hautement disponible. "Cela fut le point de départ de notre migration vers le Cloud," affirme Mario Mueller, le vice-président de l'infrastructure IT chez BMW. «Nous souhaitons éliminer les temps d'indisponibilité avec notre prochaine infrastructure.» La structure en place chez BMW était certes robuste pour proposer un taux de disponibilité de l'ordre de 99,96%, dès 2012, mais cela n'était pas assez pour une équipe souhaitant offrir une disponibilité de 100%, sans aucune interruption.

«Avec l'infrastructure actuelle, nous avons à effectuer de nombreuses opérations de maintenance et de mises à jour, ce qui a pour conséquence de multiplier les temps d'interruption», explique Mario Mueller, qui siège également au Open Data Center Alliance (ODCA). Les spécificités du Cloud, comme l'automatisation et l'agilité, peuvent ainsi réduire ces interruptions.

L'équipe IT de BMW a conçu et développé sa propre infrastructure de cloud privé dans son datacenter de Munich, en s'appuyant sur les bonnes pratiques de l'ODCA. «Lorsque nous avons débuté notre stratégie de Cloud privé, nous ne parvenions pas à trouver une solution sur le marché qui réponde complètement à nos exigences.»

Mais la disponibilité n'était pas la seule motivation de BMW. «Nous ne voulions pas être confrontés au problème du verrou-vendeur, et souhaitons privilégier l'interopérabilité pour pouvoir déplacer ad lib nos workloads et nos applications», ajoute Mario Mueller. Actuellement, les plates-formes de nombreux fournisseurs ne favorisent pas l'interopérabilité. «Par conséquent, notre cloud privé repose sur notre propre implémentation.»

Dans cet E-guide

Daimler s'apprête à son tour à réinternaliser son IT tout en lorgnant vers l'Inde et la Turquie

Gestion de flotte : Renault pilote son marketing avec Access Insight

BMW s'apprête à allumer son Cloud privé

VW : une seule carte pour le contrôle des accès physiques et logiques

Le cloud privé du constructeur automobile repose sur des technologies Open Source, la moitié de l'infrastructure de son datacenter étant déjà adossée à Suse Linux et XenServer. Aux côtés des outils de virtualisation de VMware et de Microsoft.

L'infrastructure de BMW supporte environ 1 000 applications Web avec 4 700 instances de serveurs d'applications et 8 400 de serveurs Web. Elle supporte également 90 000 postes de travail et ordinateurs portables, 9 300 smartphones et 48 000 téléphones mobiles. Quelque 1 900 instances de bases de données, ainsi que 300 systèmes SAP, s'y adossent pour le test, le développement et la production.

Des services Cloud prêt à être déployés

Ayant testé et validé ses services Cloud pendant près de 2 ans, l'équipe IT est enfin prête pour une mise en production en novembre 2013. «Nous souhaitons être vraiment sûrs de son fonctionnement et voulions nous familiariser avec la plate-forme en amont de la production. Il nous est impossible de rencontrer des problèmes en production, les activités s'en ressentiraient», poursuit Mario Mueller.

Au départ, le groupe compte utiliser son cloud privé pour les applications Web, les workloads des processeurs, quelques configurations spécifiques et certaines applications SAP. Il souhaite y voir fonctionner ses applications critiques et exploiter la haute disponibilité et la résilience de l'infrastructure. «Nous démarrons petit, mais souhaitons déplacer davantage d'applications vers le cloud pour optimiser les gains produits.»

La stratégie Cloud de BMW comprend l'implémentation d'un IaaS, d'un PaaS, d'une base de données et d'applicatifs Web en mode PaaS, d'une plate-forme SAP en mode PaaS également ainsi qu'un CSAas - ce que BMW indique être un Corporate software as-a-service.

Dans cet E-guide

Daimler s'apprête à son tour à réinternaliser son IT tout en lorgnant vers l'Inde et la Turquie

Gestion de flotte : Renault pilote son marketing avec Access Insight

BMW s'apprête à allumer son Cloud privé

VW : une seule carte pour le contrôle des accès physiques et logiques

Une vision cloud sur le long terme

Après cette mise en production, Mueller et son équipe entendent re-développer leurs applications afin de les rendre consommables dans le Cloud. «Un processus lent qui demandera trois années supplémentaires avant que la majorité de notre IT tourne dans le Cloud.»

Préparer les applications SAP au cloud est l'un des plus gros enjeux pour l'équipe IT, les services SAP sont généralement peu adaptés au Cloud. Mais au regard de l'important portefeuille d'applications critiques SAP installé chez BMW, l'équipe souhaite que les applications SAP puissent bénéficier de l'agilité du cloud, de ses possibilités d'automatisation et de sa haute disponibilité. «Déployer le cloud sur autant d'applications que possible nous donnera de vrais résultats.»

Le Cloud privé, associé au datacenter de Munich et à son centre en co-location basé en Islande, formeront ainsi le gros de l'infrastructure de BMW. Le centre en Islande est utilisé pour les traitements lourds en calcul (HPC). «Sans émission de CO2 et 100% green, ce qui est clé pour notre marque», assure Mueller. Le parc de BMW sera également composé d'activités IT plus restreintes, comme des salles de serveurs pour la gestion des fichiers ainsi que les connexions réseaux locales réparties à travers ses sites internationaux. La majorité de l'infrastructure IT sera installée à Munich.

La stratégie Cloud de Mueller consiste à faire évoluer l'IT de BMW vers une configuration de cloud hybride, qui comprend des datacenters et de la co-location, son Cloud privé et quelques services de Cloud public. «Actuellement, nous n'utilisons pas de Cloud public à cause de problèmes liés aux pannes et à la sécurité. Mais lorsque le degré de maturité sera atteint, nous utiliserons le Cloud public pour développer une infrastructure hybride.»

Evidemment, avec cette stratégie Cloud, Mueller compte réduire les coûts IT de BMW. «Nous allons faire des économies mais ce n'est pas notre objectif principal. Nous souhaitons une infrastructure agile, flexible, résiliente et hautement disponible, sans interruption de services.»

Dans cet E-guide

Daimler s'apprête à son tour à réinternaliser son IT tout en lorgnant vers l'Inde et la Turquie

Gestion de flotte : Renault pilote son marketing avec Access Insight

BMW s'apprête à allumer son Cloud privé

VW : une seule carte pour le contrôle des accès physiques et logiques

Lors des phases de tests, les équipes IT du groupe ont déjà évalué la rapidité du cloud, plus véloce, efficace et agile lors notamment du provisionning et dé-provisionning et lors des opérations de gestion de la couche matérielle sans avoir à gêner les équipes d'ingénieurs. «L'infrastructure est également plus automatisée», conclut-il enfin.

Traduit et adapté de l'anglais par la rédaction

VW : une seule carte pour le contrôle des accès physiques et logiques

Dans cet E-guide

Daimler s'apprête à son tour à réinternaliser son IT tout en lorgnant vers l'Inde et la Turquie

Gestion de flotte : Renault pilote son marketing avec Access Insight

BMW s'apprête à allumer son Cloud privé

VW : une seule carte pour le contrôle des accès physiques et logiques



Avec plus de 700 000 utilisateurs répartis dans le monde entier, le groupe Volkswagen ne peut pas se permettre de multiplier les solutions et les couches de gestion des identités et des accès, physiques comme logiques - à rien moins que 2 200 applications - , ne serait-ce que pour des questions de

coûts. Il y a donc longtemps que le constructeur automobile travaille à la gestion unifiée des identités et des accès. Mario Baermann, chef de projet sécurité chez Volkswagen, explique ainsi que le groupe s'est doté d'une infrastructure PKI dès 2002. Mais celle-ci n'était qu'une base pour aller plus loin et permettre l'authentification à deux facteurs pour l'accès logique aux applications clés. Et suivant différents moyens : carte à puce à insérer dans un lecteur ad-hoc sur les postes de travail, en complétant d'un code PIN ou d'un code personnel à usage unique, mais aussi RFID pour les accès physiques aux locaux et le règlement des repas à la cantine, ou encore bande magnétique pour l'accès à d'autres services comme le remplissage de réservoirs de voitures. Le tout avec, pour les services logiques, une fonction de SSO afin d'éviter les authentifications multiples et fastidieuses. L'utilisation de codes-barres est également envisagée dans des cas spécifiques, tels que le déploiement initial rapide de l'offre de service sur un site donné. Mais l'équipe de Mario Baermann pense déjà au futur : « les ordinateurs de demain n'auront pas forcément leur carte à puce. Et nous devons supporter de nouveaux terminaux. Nous réfléchissons donc aux moyens de communication sans contact. »

Une échelle impressionnante

Au total, le groupe compte déjà 230 applications de coeur de métier supportant la carte d'accès unique, « avec une tendance à la croissance », et 300 000 badges déployés, avec un objectif de 700 000. Mais là, rien n'est simple, compte tenu de l'échelle du projet : « le déploiement n'est pas toujours très simple. Il faut les capacités IT requises, la formation, le support,

Dans cet E-guide

Daimler s'apprête à son tour à réinternaliser son IT tout en lorgnant vers l'Inde et la Turquie

Gestion de flotte : Renault pilote son marketing avec Access Insight

BMW s'apprête à allumer son Cloud privé

VW : une seule carte pour le contrôle des accès physiques et logiques

etc. [...] Et nous devons travailler conjointement avec les chargés de la sécurité, de la sûreté et de l'exploitation des sites. Et il n'y a pas de telles unités à l'échelle du groupe. » Autant de clients aux spécificités avec lesquelles il faut donc composer, en plus des différents fuseaux horaires ou des barrières linguistiques. D'où des équipes dédiées et des consoles de gestion des cartes dans chaque fuseau horaire où le groupe est présent, « pour accélérer le déploiement et l'adoption ». Heureusement, les retours sont plutôt positifs, faisant notamment état d'une véritable simplification. Mais la personnalisation reste un point difficile, de même que la gestion du cycle de vie des cartes : « les processus associés sont complexes et susceptibles de générer des erreurs ».

Simplifier et industrialiser

C'est donc à leur simplification et à leur industrialisation que travaille actuellement le groupe. Jan-Patrick Feige, chef de projet sécurité chez Volkswagen, souligne l'importance, dans ce cadre, de communiquer avec les utilisateurs finaux, pour produire un service qui réponde à leurs besoins : « pour eux, la technologie doit être invisible alors qu'elle compte beaucoup pour nous. Nous avons donc besoin de processus flexibles et supportant une grande échelle de déploiement. Ainsi que d'importantes capacités d'intégration avec d'autres applications et services. » En outre, le groupe a besoin « de processus robustes, c'est-à-dire stables dans l'instant et stables dans le futur, même si l'environnement utilisateur change ». Et la gestion des cartes d'accès communes s'appuie sur quatre piliers : la gestion des identités et des rôles, associée à celles des droits et restrictions, la gestion des accès, la gestion du cycle de vie des identités et des rôles, et enfin l'authentification. « Nous réévaluons ces quatre services de base dans le cadre d'un processus d'amélioration continue », explique Jan-Patrick Feige. Mais également, dans ce contexte, les workflows de production des cartes à puce au sein des différentes entités du groupe : « chaque entreprise peut avoir son propre workflow, souvent avec les mêmes étapes, mais réalisées dans un ordre différent. Nous travaillons à atteindre un seul workflow simplifié », notamment pour réduire les coûts et simplifier le travail des utilisateurs.

Dans cet E-guide

Daimler s'apprête à son tour à réinternaliser son IT tout en lorgnant vers l'Inde et la Turquie

Gestion de flotte : Renault pilote son marketing avec Access Insight

BMW s'apprête à allumer son Cloud privé

VW : une seule carte pour le contrôle des accès physiques et logiques

D'où l'utilisation de Nexus Credential Manager, qui « propose un moteur de workflow solide et moderne. Il dispose de toute la flexibilité dont nous avons besoin pour construire nos processus en nous concentrant sur le client et l'utilisabilité ». En outre, grâce à son architecture multi-tenante, Nexus Credential Manager supporte des subtilités « à l'échelle du groupe, comme d'une seule équipe ». Et si cela peut « paraître simple dit comme cela, c'est très difficile », souligne Jan-Patrick Feige, précisant que le projet a du être divisé en plusieurs sous-projets. Mais à la clé, le groupe pourra même implémenter un portail de self-service de ses cartes pour ses utilisateurs finaux et disposer d'outils robustes de suivi et de reporting des accès.

« Mais ce n'est pas la fin du voyage. Nous avons utilisé un temps la combinaison nom d'utilisateur/mot de passe. Nous savons que ce n'est plus sûr aujourd'hui. Le couple PKI/OTP l'est davantage aujourd'hui. Mais les attaquants ne se reposent pas sur leurs lauriers. Nous devons donc penser à la suite, à la biométrie par exemple. Et Credential Manager est prêt pour cela. »



Dans cet E-guide

Daimler s'apprête à son tour à réinternaliser son IT tout en lorgnant vers l'Inde et la Turquie

Gestion de flotte : Renault pilote son marketing avec Access Insight

BMW s'apprête à allumer son Cloud privé

VW : une seule carte pour le contrôle des accès physiques et logiques

Des ressources gratuites pour les professionnels IT

TechTarget publie des informations techniques ciblées multi-support qui visent à répondre à vos besoins de ressources lorsque vous recherchez les dernières solutions IT, développez de nouvelles stratégies ou encore cherchez à faire des achats rentables.

Notre réseau de sites internet experts vous donne accès à du contenu et des analyses de professionnels de l'industrie. Vous y trouverez également la bibliothèque spécialisée en ligne la plus riche : livres blancs, webcasts, podcasts, vidéos, salons virtuels, rapports d'études et bien plus, alimentée par les fournisseurs IT. Toutes ces ressources sont basées sur les recherches R&D des fournisseurs de technologie pour répondre aux tendances du marché, défis et solutions.

Nos événements réels et nos séminaires virtuels vous donnent accès à des commentaires et recommandations neutres par des experts sur les problèmes et défis que vous rencontrez quotidiennement. Notre communauté en ligne "IT Knowledge Exchange" (Echange de connaissances IT) vous permet de partager des questionnements et informations de tous les jours avec vos pairs et des experts du secteur.

Pourquoi choisir TechTarget ?

TechTarget est entièrement centré sur l'environnement IT de l'entreprise. Notre équipe d'éditeurs et notre réseau d'experts de l'industrie fournissent le contenu le plus riche et pertinent aux professionnels et managers IT. Nous exploitons l'immédiateté du Web, les opportunités de rencontre en face à face, via le networking ou les événements virtuels, et la capacité à interagir avec les pairs. Ceci nous permet de produire une information irréfutable et directement exploitable par les professionnels du secteur dans toutes les industries et sur tous les marchés.

Sites Internet du réseau TechTarget

LEMAGIT