

SOMMAIRE

ANALYSE	p. 2
Comment les entreprises redécouvrent la vidéo	
TÉLÉFORMATION	p. 4
Annee Bayeux, directrice des programmes de formation à distance chez Alstom University : « Nos classes virtuelles nous permettent d'assurer des formations de haut niveau. »	
TÉMOIGNAGES	p. 5
François Fanuel, responsable Systèmes & Réseaux de SupInfo : « Les webconférences permettent d'élever la qualité de l'enseignement. »	
Guillaume Ramey, responsable Informatique & Télécoms de SBM Offshore : « Le ROI rapide de TelePresence est un atout déterminant. »	
ÉCO-RESPONSABILITÉ	p. 7
Sophie Duclos, directeur du système d'information d'Accenture : « TelePresence nous permet de réduire fortement les déplacements, qui représentent 80 % de nos émissions de CO ₂ . »	
INNOVATIONS	p. 8
Laurent Blanchard, directeur général de Cisco France et vice-président de Cisco Europe : « Nos solutions collaboratives ont un impact économique, social et environnemental au sein de l'entreprise. »	
APPLICATIONS	p. 9
Santé : l'immédiat répond à l'urgence	
OFFRE	p. 10
Panorama des solutions collaboratives	
COMMUNICATION & CO₂	p. 11
Première : Yann Arthus-Bertrand a utilisé TelePresence pour échanger avec la presse internationale à l'occasion du lancement du film <i>Home</i> .	

Les nouvelles solutions de collaboration au service des métiers

PAR PASCAL BOIRON



À l'heure où la qualité du bilan carbone des entreprises devient une composante majeure de leur niveau de performance, l'innovation technologique apporte de nouveaux moyens de réduire les émissions de CO₂. En la matière, l'intégration croissante de la vidéo dans les systèmes d'information ouvre des perspectives impressionnantes. Concrètement, cette évolution a débouché sur une multiplication de solutions collaboratives de qualité. L'amélioration de la qualité qui caractérise ces nouvelles formes de réunions virtuelles était en effet la condition *sine qua non* de leur adoption par les entreprises et les utilisateurs. Dès aujourd'hui, une vaste gamme de solutions fondées sur la vidéo leur permet de faire l'économie d'une part croissante des rendez-vous et conférences "physiques". Quelques chiffres suffisent pour préciser les enjeux. Ainsi, selon le cabinet Gartner, les entreprises économiseront en 2012 plus de 3,5 milliards de dollars sur leur budget déplacements et hébergement grâce à ces nouveaux outils. Par ailleurs, l'association Etno (European Telecommunications Network Operators) a

calculé que si un pays comme l'Allemagne parvenait à réduire de 20 % le nombre de voyages d'affaires dans ses entreprises, il éviterait l'émission de 5,2 millions de tonnes de CO₂. Dans sa récente étude sur l'impact des réunions virtuelles sur le changement climatique, la fondation WWF estime qu'il suffirait d'environ 500 millions de dollars pour équiper les 5 000 principales villes du monde en studios de téléprésence. À titre de comparaison, cet investissement serait inférieur au coût d'achat de deux Airbus A380...

Ce Cahier Thématique présente plusieurs témoignages d'entreprises qui ont déployé de nouvelles générations de systèmes vidéo, pour des applications aussi diverses que les réunions de travail, les rendez-vous avec les clients, les conférences interactives, le support ou la santé. Le dernier témoignage de ce dossier est d'ailleurs, symboliquement, celui de Yann Arthus-Bertrand qui, fidèle au message porté par son film *Home*, a évité plusieurs dizaines de voyages à l'étranger en réalisant ses rendez-vous avec la presse internationale via TelePresence, depuis les locaux de Cisco à Issy-les-Moulineaux.

Comment les entreprises redécouvrent la vidéo

Après s'être imposée dans les foyers, la vidéo sur Internet a trouvé des déclinaisons professionnelles pour aborder les entreprises, notamment avec la téléprésence. Panorama des évolutions et des enjeux.

Paradoxalement, l'utilisation de la vidéo dans les entreprises n'est pas un commencement mais un aboutissement. Ainsi, la quasi-totalité des nouvelles technologies qui sont apparues depuis plus d'un siècle sont nées pour un usage professionnel avant de se démocratiser et de devenir accessibles au grand public. Parmi les milliers d'exemples à notre disposition, il suffira de rappeler les développements de la machine à écrire, du micro-ordinateur, de l'imprimante, du téléphone portable, du vidéoprojecteur, etc. Avec la vidéo, on constate une étonnante inversion du processus : les technologies et les usages se sont d'abord institués chez les particuliers, dans le cadre privé, avant d'entamer leur montée en puissance au sein des entreprises dans des déclinaisons professionnelles. Ce cheminement inhabituel de la technologie a une explication très rationnelle, dans la mesure où la vidéo enregistre ce second souffle grâce à Internet, dont elle a adopté le cursus. Concrètement, cet avènement doit beaucoup à l'adoption de la webcam par des dizaines de millions de foyers. De fait, en devenant très largement diffusé et utilisé – il n'est plus utile de rappeler le succès de services tels que *Skype* ou *Facebook* –, ce matériel emblématique de la vidéo sur Internet a perdu son caractère intrusif. À telle enseigne que les salariés peuvent aujourd'hui se demander pourquoi leur entreprise n'utilise pas ce moyen de communication

à la portée de tous. De ce point de vue, ils sont sur le point de devenir les premiers promoteurs de la vidéo en entreprise.

Un saut qualitatif déterminant

Ne l'oublions pas, une bonne part de ce succès est liée aux progrès technologiques patents de la vidéo sur Internet. Cette amélioration de la qualité explique les prévisions des analystes sur l'essor de la vidéo sur Internet : selon eux, les communications vidéo utiliseront 90 % de la bande passante du web avant la fin de la prochaine décennie. Et, d'ores et déjà, il faut noter que les quatre plus grands sites de communications vidéo sur Internet mobilisent plus de bande passante qu'on en utilisait aux États-Unis en 2000.

Les entreprises ne pouvaient pas rester plus longtemps à l'écart de ce mouvement de fond. Les technologies IP conduisent ainsi à un *come-back* opportun des solutions de vidéo collaboratives au sein des entreprises. Il faut en effet parler de *come-back*, dans la mesure où ce n'est pas la première incursion de l'image dans le monde professionnel. Des tentatives de vidéoconférence ont bien été menées au cours des vingt dernières années. À la lecture des témoignages présentés dans les pages qui suivent, on comprendra que ces premières expériences ont échaudé la plupart des utilisateurs : mauvaise qualité de l'image et du son, manque de fiabilité, complexité d'utilisation ;

les défauts des systèmes analogiques étaient trop importants pour être déployés massivement. En d'autres termes, la vidéoconférence traditionnelle n'avait pas les moyens de tenir ses promesses et, de fait, les systèmes végétaient dans nombre d'entreprises, avec des taux d'utilisation quelquefois inférieurs à 5 %.

Grâce à ses nouveaux arguments technologiques, la vidéo sur IP peut désormais faire valoir ses atouts économiques, qui prennent logiquement une importance essentielle dans un contexte économique dégradé. Quelle entreprise pourrait aujourd'hui volontairement ignorer de potentielles économies sur les coûts des télécommunications, les frais de déplacements et sur une meilleure productivité de ses collaborateurs ?

De la vidéoconférence à la téléprésence

L'ensemble de ces évolutions est résumé par un changement de vocabulaire : on parlera désormais de "téléprésence" plutôt que de "vidéoconférence". La modification n'est pas anodine : les progrès permettent en effet de reproduire fidèlement des environnements de conférence et de réunion. Le constat de l'utilisateur est que la téléprésence va bien au-delà du haut-de-gamme de la vidéoconférence. C'est vrai en ce qui concerne la qualité du rendu visuel ou sonore, la fiabilité des liaisons ou le fait que les participants apparaissent en taille réelle. Cette nouvelle forme de réunions virtuelles pourrait bien convaincre les entreprises qui avaient investi dans les solutions collaboratives de première génération, comme celles qui continuaient à gérer des frais de déplacements très lourds.

Au-delà des atouts qui viennent d'être évoqués, la téléprésence représente un changement de

registre qui s'avère déjà déterminant dans nombre de grandes entreprises : sa simplicité d'utilisation permet à tout salarié de lancer une réunion lui-même. Le fait de ne plus avoir à solliciter systématiquement les équipes techniques de l'entreprise pour lancer et accompagner les réunions modifie profondément la donne en matière de taux d'utilisation ou de retour sur investissement.

Des nouvelles perspectives d'usage

La réduction des dépenses en voyages et déplacements n'est qu'un des arguments de la téléprésence. Si elle est logiquement une porte d'entrée efficace pour présenter la pertinence économique du projet aux directions générales et financières, sa véritable destination sera d'améliorer l'efficacité des services opérationnels. De grands noms de l'industrie, à l'image de Procter & Gamble, se fondent sur des solutions de téléprésence pour réduire le *time to market* et ce, en multipliant les réunions virtuelles entre les services R&D, marketing et commerciaux.

Dans le même esprit, les fournisseurs travaillent à une "verticalisation" des solutions de téléprésence, afin qu'elles répondent au plus près au contexte spécifique de secteurs tels que la santé, la justice, l'industrie automobile, etc. Enfin, il est un aspect qui ne peut pas être oublié : la téléprésence est une technologie écocitoyenne qui contribue directement à améliorer le bilan carbone des utilisateurs. En la matière, elle apporte des preuves concrètes et indiscutables pour les administrations et les grands comptes qui font appel à elle.

Réconcilier "respect de l'environnement", "productivité" et "réduction des coûts" était une gageure ; l'essai est en passe d'être transformé.



Marco Hormazabal,
responsable
développement
des ventes Vidéo -
Communications
Unifiées, Cisco France

Annee Bayeux, directrice des programmes de formation à distance chez Alstom University

Nos classes virtuelles nous permettent d'assurer des formations de haut niveau."

Sachant que les cadres d'Alstom passent au total plus d'un million d'heures par an dans les avions, l'université interne du groupe, qui dispose de campus partout dans le monde, a souhaité contribuer à l'optimisation des agendas en créant des "classes virtuelles", qui font appel à WebEx et à TelePresence.

— *Qu'est-ce qui a motivé votre décision d'investir dans des outils de collaboration tels que WebEx et dans des solutions de téléprésence ?*

Annee Bayeux : Alstom University est l'entité de formation centralisée de l'ensemble du groupe Alstom, qui emploie 80 000 personnes dans soixante-dix pays. En 2008, les cadres d'Alstom ont passé plus de 1,1 million d'heures en avion. Pour notre part, cette forte présence implique de disposer de campus partout dans le monde et nous sommes notamment présents en Inde, en Europe, en Asie, en Amérique du Nord ou en Amérique du Sud. Nous avons décidé de pratiquer nous-mêmes ce que l'on prêche à nos clients, c'est-à-dire de trouver des solutions en intégrant des nouvelles technologies. En ce qui concerne la formation, cela s'est traduit par la création de classes virtuelles, qui viennent s'ajouter aux sessions présentielle que nous continuerons à proposer.

— *Arrivez-vous à la même efficacité avec les classes virtuelles qu'avec les classes physiques ?*

Annee Bayeux : Il ne faut plus opposer la formation traditionnelle à la formation à distance en partant du principe que la première serait supérieure à la seconde. Dans les faits, la qualité des nouveaux outils est telle que nous souhaitons justement les utiliser pour assurer des formations de très haut niveau tout en touchant un plus grand nombre de personnes. L'enjeu consiste notamment à optimiser les agendas des différents intervenants,

formateurs ou participants. Cela nous permet ainsi de mobiliser des personnes qui n'auraient pas pu se rendre disponibles auparavant.

— *Tous les types de cours sont-ils adaptés pour ce concept de "classe virtuelle" ?*

Annee Bayeux : Oui, dans leur grande majorité, mais l'objectif n'est pas de remplacer toutes les formations présentielle par leur équivalent virtuel. Il s'agit de disposer de nouvelles possibilités, qui sont pertinentes lorsque la qualité de l'enseignement est améliorée. En règle générale, nous souhaitons qu'une session réunisse une quinzaine de participants, mais nous avons également pu créer de nouveaux formats et de nouveaux événements. Nous avons ainsi organisé des réunions thématiques qui ont rassemblé jusqu'à cent vingt personnes et proposé des visites de sites. Au final, ces nouvelles technologies élargissent le champ du possible.

— *Quels sont vos autres projets pour faciliter l'accès aux formations ?*

Annee Bayeux : Comme je l'ai dit, les cadres du groupe passent chaque année plus de 1,1 million d'heures en avion. Cela signifie également pour eux 40 000 heures "perdues" dans les salles d'embarquement. Nous avons souhaité rendre une partie de ce temps "utile" en leur permettant d'assister à des minicessions, de quelques minutes, sur leur BlackBerry.



Annee Bayeux

François Fanuel, responsable Systèmes & Réseaux de SupInfo

“ Les webconférences permettent d'élever la qualité de l'enseignement. ”



François Fanuel

— *Quelle est l'expérience de SupInfo en matière de visioconférence ?*

François Fanuel : Les premières expériences dans ce domaine ont été menées dès 2001 pour répondre aux besoins d'étudiants à mobilité réduite. Au-delà de ce type de cas, il n'était pas envisageable de déployer la visioconférence à grande échelle, car les technologies traditionnelles souffraient d'un manque de qualité évident. Nous avons été amené à faire un nouvel état de l'art au début de l'année 2009 pour répondre à un cas de figure inédit : la grève qui paralysait les Dom-Tom privait nos étudiants de cours et nous souhaitons mettre en place une solution de webconférence dans des délais très courts. En l'occurrence, les différents tests réalisés nous ont conduits à retenir l'offre WebEx de Cisco, notamment pour sa simplicité d'utilisation et d'administration. Dès les premiers mois d'utilisation, l'adhésion des professeurs comme des étudiants était telle que nous avons pris la décision d'aller plus loin.

— *Quel est désormais votre projet ?*

François Fanuel : Ce système de webconférence sera utilisé à partir de l'automne 2009 par l'ensemble des intervenants de SupInfo sur ses trente-six sites, ce qui représente au total 7 500 utilisateurs potentiels. La première application sera logiquement l'*e-learning*, sachant que cette technologie nous permet de créer des salles de cours virtuelles et d'organiser des sessions interactives. Au-delà des gains financiers et environnementaux, les enjeux portent sur la qualité des cours : pour chacun des sujets, il sera désormais possible de faire intervenir les meilleurs spécialistes sans avoir à les faire venir des États-Unis ou à les envoyer en Chine. Pour que les cours gardent leur caractère interactif, nous allons limiter le nombre de participants à 200, quand bien même il est possible d'aller jusqu'à 3 000 avec WebEx.

D'autres utilisations sont prévues. C'est le cas pour la fonction *meeting*, qui permettra aux personnels des trente-six sites d'organiser des réunions facilement. Le mode *training center* pourra aussi être appliqué aux sessions de formation des équipes SupInfo. On peut également citer la fonction *support center*, qui autorise une prise en main à distance des systèmes et facilite la maintenance du parc informatique.

— *Cet investissement était-il conditionné par une réduction des dépenses, notamment en matière de transports ou de télécommunications ?*

François Fanuel : Non, le retour sur investissement n'était pas un préalable. Le facteur déterminant était le gain dans la qualité de l'enseignement et la réduction des coûts apparaît comme un "plus". Cela étant, les économies potentielles sont évidentes, même si elles ne sont pas encore précisément chiffrées. De plus, SupInfo est la seule université pilote pour le système WebEx et cela représente un avantage concurrentiel important.

— *Quels sont les coûts annexes de ce déploiement en termes d'administration du système ou de renouvellement du parc ?*

François Fanuel : Pour SupInfo, cela ne demande pas de nouveaux investissements dans les matériels informatiques et, pour les étudiants, il suffit de micro-ordinateurs dotés d'une webcam ou d'un micro. L'investissement initial ne porte donc que sur l'acquisition des licences. Aujourd'hui et jusqu'à la fin du déploiement, notre travail consistera à intégrer cette solution dans notre système d'information mais, pour la suite, la charge de travail d'administration est insignifiante, dans la mesure où tous les composants sont hébergés par Cisco. Un autre atout essentiel concerne la simplicité du système WebEx, ce qui signifie que la formation des professeurs et des organisateurs de réunions est extrêmement rapide.

SUPINFO EN BREF

Fondé en 1965, le SupInfo Institute of Information Technology, membre de SupInfo International University, est une école française devenue leader mondial dans l'enseignement supérieur des TIC. Établissement privé reconnu par l'État français, il délivre un titre certifié par l'État au plus haut niveau, le niveau I (bac+5, master, ingénieur). L'école comptait en 2008 plus de 6 500 élèves. Elle a déjà formé plus de 5 000 ingénieurs et managers directement opérationnels à la sortie de l'école, grâce à ses laboratoires pédagogiques créés avec des leaders mondiaux de l'industrie comme Apple, IBM, Microsoft, Oracle, Novell, Cisco, Mandriva et Sun Microsystems. Initialement parisienne, l'école dispose de 36 campus dans le monde dont 25 en France et dans les DOM, ce qui fait de SupInfo l'école d'ingénieurs en informatique la plus présente sur le territoire national, avec une capacité de plus de 1 000 diplômés par an, et l'école française la plus présente à l'international.

Guillaume Ramey, responsable Informatique & Télécoms de SBM Offshore

Le ROI rapide de TelePresence est un atout déterminant.”



Guillaume Ramey

— *Quels sont les enjeux des solutions vidéo-collaboratives dans un groupe international tel que SBM Offshore ?*

Guillaume Ramey : Le groupe est spécialisé dans la provision de produits et de services pour l'industrie pétrolière *offshore* et dispose de quatre grands sites internationaux, à Monaco, aux Pays-Bas, en Malaisie et aux États-Unis, à partir desquels sont pilotées plus de quarante unités dans une quinzaine de pays. Il peut s'agir de plates-formes pétrolières, de bases logistiques, de chantiers de construction navale, de bureaux de vente, ou de laboratoires d'essais. Cette configuration implique par définition des déplacements nombreux et la visioconférence semblait être un moyen prometteur pour minimiser les déplacements et maîtriser le budget des voyages. Dans les faits, la solution de visioconférence traditionnelle que nous utilisions depuis plusieurs années ne permettait pas d'atteindre ces objectifs. Les utilisateurs lui reprochaient un manque de qualité et de fiabilité et, au final, le système était assez peu utilisé. C'est au début de l'année 2008 que nous avons étudié les nouvelles solutions de vidéoconférence et de téléprésence, ce qui nous a conduits à changer de technologie.

— *Quels sont les critères qui ont guidé votre décision d'investir et vos choix techniques ?*

Guillaume Ramey : Tout d'abord, nous avons constaté que les solutions de nouvelle génération restaient très diverses. Nous avons donc fondé nos choix sur deux critères principaux. D'une part, nous avons évalué les économies sur la consommation globale de billets d'avion dans le groupe. D'autre part, les différentes solutions étaient de capacités différentes en nombre de participants possibles. Sur cette base, la technologie Cisco TelePresence est apparue incontournable. Par ailleurs, le gain qualitatif était une condition *sine qua non* pour atteindre

un taux d'utilisation du système satisfaisant. Nos quatre sites principaux ont été équipés avec la solution Cisco CTS 3000 à partir de novembre 2008.

— *Quels sont vos premiers constats concernant l'adoption du système par les utilisateurs et les économies générées ?*

Guillaume Ramey : Nous n'avons que quelques mois de recul mais nous avons effectivement constaté que plusieurs centaines de milliers d'euros avaient été économisés durant les premiers mois de 2009 par rapport aux années précédentes. Cette baisse correspond à nos prévisions. En la matière, nous ne pouvons pas imaginer de diviser le budget "déplacements" par deux. Nous avons tenu compte du fait qu'environ la moitié des voyages sont pour nous inévitables car ils correspondent à des interventions physiques des personnes. La réduction ne peut donc porter que sur l'autre moitié et nous estimons que les réunions en téléprésence permettent une réduction d'environ 20 %, ce qui représente en soi une économie substantielle. Une autre grande satisfaction concerne le taux d'occupation des équipements, qui est d'ores et déjà de 35 % en moyenne pour les quatre sites équipés, sachant que notre site principal, à Monaco, arrivera même prochainement à saturation. Sur les 2 700 personnes présentes sur ces sites, près de 500 l'ont utilisé au moins une fois et 200 l'utilisent aujourd'hui régulièrement.

— *Quelles sont les évolutions prévues ?*

Guillaume Ramey : Nous sommes actuellement en projet pour l'implémentation de deux autres sites et six autres sont des candidats à l'étude pour le futur. Au-delà des gains économiques évoqués, ce développement est possible grâce à l'adhésion notable des utilisateurs, qui peuvent rapidement organiser les réunions de façon autonome, sans avoir à solliciter systématiquement les services de support.

Sophie Duclos, directeur du système d'information d'Accenture

“**TelePresence nous permet de réduire fortement les déplacements, qui représentent 80 % de nos émissions de CO₂.**”



Sophie Duclos

— *Comment est né le projet téléprésence chez Accenture ?*

Sophie Duclos : Pour mieux l'expliquer, il faut tout d'abord rappeler la taille et les valeurs d'Accenture. Le groupe emploie aujourd'hui 177 000 personnes dans 120 pays et représente un chiffre d'affaires de plus de 23 milliards de dollars. Dans le même temps, le développement durable est l'une des principales valeurs d'Accenture. Dans le cadre de notre activité de consulting, nous avons constaté que 80 % des émissions de CO₂ de l'entreprise étaient générés par les déplacements des consultants et des dirigeants. La réduction de notre bilan carbone étant une priorité, le fait de déployer des solutions de téléprésence s'est imposé dès 2007, lorsque notre travail de veille nous a permis d'appréhender le potentiel de cette nouvelle technologie.

— *Quel est aujourd'hui votre niveau d'équipement et quelles sont les économies constatées ?*

Sophie Duclos : Nous avons débuté le déploiement en janvier 2008 et Paris fut l'un des premiers sites équipés. Depuis, nous avons installé trente salles de TelePresence et quatorze nouvelles salles seront opérationnelles d'ici à début 2010. Au-delà du taux d'équipement, c'est le taux d'occupation des salles qui confirme pour nous la pertinence de l'investissement. Il est aujourd'hui de 89 % pour la salle de Paris. C'est notamment l'évolution de ce taux qui guide nos décisions d'ouverture de nouvelles salles. Logiquement, les sites qui comptent le plus grand nombre de collaborateurs sont les plus sollicités. Londres dispose ainsi de deux salles et Chicago de trois salles. Au mois d'avril

Spécialiste du consulting, Accenture emploie 177 000 personnes dans 120 pays et a constaté que 80 % de ses émissions de CO₂ étaient dues aux déplacements de ses collaborateurs. Le groupe disposera de 44 salles de TelePresence d'ici à quelques mois pour obtenir immédiatement une amélioration sensible de son bilan carbone.

dernier, les économies mensuelles sur le budget déplacements ont passé le cap du million de dollars.

— *Quels dispositifs avez-vous mis en place pour accélérer l'adoption de la téléprésence ?*

Sophie Duclos : Même si le système est très simple à utiliser, il est essentiel d'accompagner la montée en puissance de son utilisation. Chaque ouverture de salle donne ainsi lieu à l'organisation d'une journée portes ouvertes. Par ailleurs, nous avons intégré à notre système de réservation un logiciel de calcul des économies d'émission de CO₂. Concrètement, lorsqu'un cadre organise son déplacement, cet outil lui indique la contribution qu'une réunion en téléprésence aurait pour le bilan carbone de l'entreprise. C'est un processus très pédagogique qui permet de responsabiliser tous les collaborateurs amenés à se déplacer.

— *Quelles sont les prochaines évolutions que vous attendez ?*

Sophie Duclos : Au-delà de l'ouverture de nouvelles salles de TelePresence, la solution proposée par Cisco donnera sa pleine puissance lorsqu'elle s'ouvrira plus complètement aux autres systèmes. Cette évolution nous permettra d'organiser plus fréquemment et plus facilement des réunions avec nos clients et prospects.

Laurent Blanchard, directeur général de Cisco France et vice-président de Cisco Europe

Nos solutions collaboratives ont un impact économique, social et environnemental au sein de l'entreprise."

Cisco n'est pas seulement le premier fournisseur de solutions collaboratives, il en est également l'un des plus grands utilisateurs. Retour d'expérience.



Laurent Blanchard

— *Cisco est à la fois l'inventeur et le premier utilisateur de nouvelles technologies de solutions collaboratives; quels sont les principaux gains que vous avez constatés en interne ?*

Laurent Blanchard : Ce double statut de fournisseur et d'utilisateur nous imposait de chiffrer précisément les améliorations apportées par les nouvelles solutions collaboratives, telles que les Communications unifiées, WebEx ou TelePresence. Le premier gain concerne la réduction des coûts liés aux déplacements. Au niveau mondial, cela représentait en 2006 une dépense de 750 millions de dollars; 500 millions ont pu être économisés sur ce budget, soit les deux tiers. Un deuxième point essentiel est l'amélioration de notre bilan carbone. Il est aujourd'hui inférieur de 25 % à celui de 2007, soit 800 000 tonnes de CO₂ en moins. C'est l'équivalent de ce qu'émettent 50 000 voitures en une année! Le troisième grand objectif atteint était de "rendre du temps utile" aux salariés. Tout ce temps auparavant consacré au transport est réinvesti dans le travail d'innovation, notamment par le biais des réseaux communautaires qui se sont développés au sein de l'entreprise.

— *Quel niveau d'équipement est nécessaire pour obtenir de tels résultats ?*

Laurent Blanchard : Nous ne proposons pas une solution unique mais une gamme pour permettre à nos employés de choisir le mode de communication et de collaboration le plus approprié, en fonction de la nature de leur réunion, de leur localisation... Cette gamme intègre des solutions comme WebEx ou TelePresence, qui est l'exemple le plus révolutionnaire. En la matière, nous disposons aujourd'hui d'environ 500 salles dans le monde. Concrètement, plus la proportion de sites équipés est importante, plus le niveau d'utilisation des salles est élevé. Il est aujourd'hui de 75 % en moyenne, alors qu'il ne

dépassait pas 10 % avec les technologies vidéo traditionnelles que nous utilisions auparavant. Au-delà, il était indispensable de démocratiser l'accès à ces outils afin de l'ouvrir à tous les collaborateurs de l'entreprise. C'est ce que nous avons fait et cela permet d'inventer de nouveaux usages, pour nous-mêmes, mais aussi pour d'autres métiers. Je pense notamment aux applications de la téléprésence dans le domaine de la santé ou à la création de salles de *trading* virtuelles qui réunissent des participants séparés par plusieurs milliers de kilomètres.

— *Êtes-vous allés au bout des utilisations possibles de la téléprésence au sein de Cisco ?*

Laurent Blanchard : Non, et c'est une excellente nouvelle, car nous constatons que la seule limite est l'imagination des utilisateurs. C'est l'une des raisons pour lesquelles il est indispensable que cette technologie soit ouverte au plus grand nombre. Aujourd'hui, la téléprésence est utilisée en interne dans quatre grands types de situation : négociations avec les clients, réunions de travail, recrutement et formation. Dans toutes les entreprises, les directions générales peuvent impulser l'impératif d'aller bien au-delà. En la matière, il est logiquement attendu qu'elles donnent l'exemple. En 2009, pour la première fois, les 3 500 cadres dirigeants de Cisco qui se réunissaient chaque année à San Francisco n'ont pas eu à se déplacer. Ils ont pu assister aux conférences plénières et participer aux ateliers interactifs en utilisant ces nouvelles technologies. Cela représente une économie considérable en frais de transport et en émission de CO₂. La plupart de nos réunions internes sont ainsi organisées en fonction de leur nature, *via* nos outils de collaboration WebEx ou TelePresence. Notre expérience montre à quel point l'utilisation de ce type d'outils peut être structurante pour l'organisation des entreprises.

Santé : l'immédiat répond à l'urgence

Une des applications les plus impressionnantes de la téléprésence concerne l'usage que peuvent en faire les professionnels de la santé. Sur le terrain, face à l'urgence, ces nouvelles réponses technologiques ouvrent d'immenses perspectives.



© Simon Price/Cisco

Chaque jour dans le monde, des dizaines de milliers de personnes restent trop longtemps dans l'attente du diagnostic d'un médecin, parce qu'elles se trouvent trop loin d'un centre de santé ou que l'hôpital le plus proche n'est pas en mesure à l'instant "T" d'envoyer un docteur. Dans ce contexte, une technologie telle que la téléprésence ouvre des perspectives immenses. Début 2008, Cisco a ainsi testé pour la première fois dans des conditions réelles sa solution HealthPresence, en Écosse, avec le Centre écossais de télésanté et le Service national de santé.

Concrètement, la personne est prise en charge par un centre mobile équipé à la fois de matériels médicaux (stéthoscopes, tensiomètres, thermomètres, etc.) et d'outils vidéo et audio. Le système permet ainsi aux médecins de réaliser leur diagnostic en un temps record, depuis l'hôpital, sans avoir à se rendre sur place, tandis que le centre mobile peut être géré par des infirmiers.

Un test exemplaire

Dans ce cas, l'objectif des professionnels de santé allait bien au-delà des gains économiques et de l'optimisation des interventions des médecins; le premier enjeu porte sur l'amélioration du service de soins, dans de nombreux cas de figure (éloignement, engorgement des services d'urgence, etc.). Le système a notamment été utilisé par les docteurs Karyn Webster et Fiona Mair, de l'Hôpital royal d'Aberdeen, dont les constats concernent trois

aspects à leurs yeux essentiels. Tout d'abord, le système est simple à utiliser et peut rapidement être pris en main par tous les professionnels de santé. Le second point concerne la qualité de l'image, du son et, donc, celle du diagnostic. Enfin, les deux docteurs ont expliqué que *« la possibilité de voir le patient et de disposer des différents paramètres physiologiques est une garantie de la qualité du traitement »*.

De son côté, Gordon Peterkin, directeur du Centre écossais de télésanté, a estimé : *« Ces innovations technologiques nous permettent de répondre à un double impératif, à savoir améliorer la qualité des soins tout en optimisant le travail des équipes médicales; nous nous fondons sur les résultats de ce premier test pour étendre l'expérience à un niveau régional, puis national. »*

DES BÉNÉFICES ATTESTÉS

Selon le Crimson Consulting Group, qui a analysé les premiers résultats des expériences de télésanté au Royaume-Uni, les responsables du système de santé estiment qu'une solution telle que HealthPresence permet de gérer 90 % des patients depuis un centre de téléprésence mobile. Les gains immédiats sont liés au désengorgement des services d'urgences, à la réduction des déplacements pour les médecins et la garantie d'un meilleur accès aux soins, notamment dans les zones rurales.

Panorama des solutions collaboratives

À la différence des premières générations de systèmes de visioconférence, les nouvelles solutions collaboratives sont fondées sur l'intégration de la vidéo dans le système d'information. Voici un panorama, non exhaustif, des offres disponibles, au travers de la gamme développée par Cisco.



>>> Pour plus d'informations : www.cisco.fr/go/videocollaboration

Cisco a développé une gamme complète de solutions collaboratives pour répondre au mieux aux besoins des métiers, des dirigeants et des employés. Que ce soit pour l'aide à la prise de décision, pour améliorer la collaboration des équipes ou travailleurs distants, ou encore pour augmenter la productivité et la mobilité des employés, il existe une solution de collaboration spécifique :

- les conférences présentielles grâce à TelePresence, idéales pour les prises de décisions stratégiques, pour éviter les longs et coûteux déplacements ;
- les webconférences grâce aux solutions WebEx, que ce soit pour communiquer en interne vers un large groupe d'employés, pour partager et collaborer en petit groupe de travail ou pour proposer des séminaires virtuels à ses clients à moindre coût ;
- les outils de collaboration et de productivité au quotidien avec les clients unifiés Cisco (CUPC) qui, grâce à l'état de présence, permettent de connaître facilement la disponibilité de l'interlocuteur, de communiquer rapidement grâce à la messagerie instantanée et d'enrichir la communication grâce à la vidéo et au partage de documents.

La communication unifiée accessible

Ces clients unifiés font partie intégrante de l'offre de solutions de communications unifiées Cisco qui intègrent la téléphonie d'entreprise, la messagerie vocale intégrée, la reconnaissance vocale, la gestion native de la vidéo, les règles de routage d'appels, le bimode WiFi et GSM, les numéros uniques... Déployées au sein d'une entreprise, elles permettent aux employés de communiquer et collaborer de toutes les manières imaginables : téléphone mobile, PC, *pager*, ordinateur de poche, vidéoconférence,

messagerie vocale, messagerie instantanée, courrier électronique, et plus encore.

La classe virtuelle concrétisée

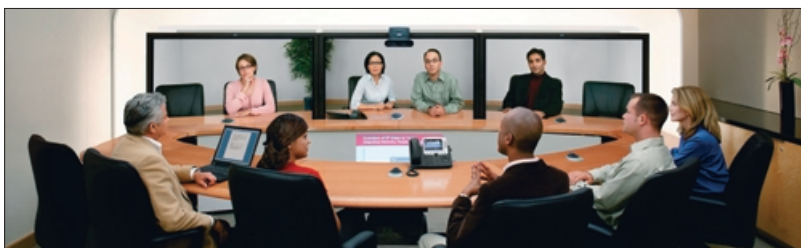
En intégrant les technologies WebEx, Cisco a d'abord voulu étendre le champ d'action de son offre vers la formation et les conférences. Mais très rapidement cet outil est devenu un atout privilégié pour améliorer la collaboration au sein des entreprises. La première qualité de cette plate-forme est qu'elle permet d'utiliser la totalité des parcs matériels et logiciels. Selon Cisco, le taux de compatibilité serait exactement de 99,99 %...



Concrètement, cela signifie que les intervenants, qu'ils soient employés, clients, ou encore chercheurs ou enseignants, peuvent utiliser leurs supports de présentation habituels et avoir un niveau d'interactivité au moins égal à celui des sessions dites "présentielles".

TelePresence : réunions de rêve

Tous nourris de fiction depuis l'enfance, nous oublions que l'innovation technologique permet à la réalité de dépasser la fiction. Le système TelePresence conçu par Cisco permet tout simplement à tous les participants d'être dans la même pièce, même si plusieurs milliers de kilomètres les séparent. Les plus férus de science-fiction pourront ressentir une impression de déjà-vu, mais devront reconnaître qu'ils n'assistent pas à du "déjà-fait". Déclinée en quatre versions (de deux à trente-six participants), la solution permet d'organiser des réunions "immersives" en ultra haute définition, avec une qualité de son et d'image parfaite. En face de vous, vos interlocuteurs apparaissent en taille réelle et, point essentiel, la technologie est si simple qu'elle sait se faire "oublier".





“**H**ome” est assurément le film de tous les records. Lancé au niveau mondial le 5 juin dernier, le dernier documentaire de Yann Arthus-Bertrand a ainsi été vu par plus de 100 millions de spectateurs, à la télévision, au cinéma ou en DVD. Si le retentissement de *Home* est connu, il faut également retenir les conditions particulièrement innovantes de son lancement et de sa promotion. Produit par Luc Besson en partenariat avec François-Henri Pinault, le film devait en effet bénéficier d’une forte couverture médiatique afin de garantir une audience record. Traditionnellement, le réalisateur et le producteur s’engagent pour cela dans une tournée mondiale marathon, afin de rencontrer le plus grand nombre de journalistes étrangers. Il va sans dire qu’un tel exercice présente un bilan carbone calamiteux.

Avènement de la conférence de presse éco-responsable

Pour rester fidèle au message du film, l’équipe de *Home* a donc décidé de garantir un lancement médiatique éco-responsable. Concrètement, les entretiens avec les journalistes ont eu lieu les 4 et 5 juin 2009, sous la forme de réunions en télé-présence. Depuis les salles TelePresence de Cisco, à Issy-les-Moulineaux, Yann Arthus-Bertrand et Luc Besson ont ainsi pu présenter le film à plusieurs dizaines de médias étrangers, réunis dans vingt-quatre pays. « *Je crois fortement en l’impact de ce type de technologies pour nous aider à adopter une attitude plus citoyenne vis-à-vis de notre planète en nous évitant des déplacements générateurs de beaucoup d’émissions de CO₂. Aujourd’hui, nous avons à disposition des*

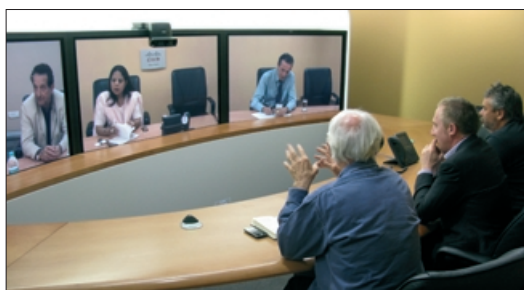
Première : Yann Arthus-Bertrand a utilisé TelePresence pour échanger avec la presse internationale à l’occasion du lancement du film *Home*.

Plutôt que d’organiser une tournée internationale pour présenter le nouveau film *Home*, Yann Arthus-Bertrand et Luc Besson ont organisé, depuis la France, des conférences de presse en téléprésence avec vingt-quatre pays. Explication.

solutions telles que la téléprésence pour nous permettre d’agir efficacement sur notre environnement. Il n’y a donc plus d’excuses ! », a expliqué Yann Arthus-Bertrand. De son côté, Luc Besson a estimé : « *La téléprésence nous a offert l’opportunité de vivre une expérience unique. En quelques heures, nous avons fait le tour du globe et pu échanger avec les médias du monde entier sans nous déplacer, en ayant donc une démarche éco-responsable.* » Le fait est que, depuis, le producteur a utilisé TelePresence à plusieurs reprises pour présenter ses projets à venir.

Au-delà du cinéma

Bien sûr, le champ d’application des conférences de presse en téléprésence dépasse le cadre de l’industrie cinématographique et peut s’appliquer à tout lancement qui doit avoir un écho international. Cette première a en effet ouvert de nouvelles perspectives pour assurer les lancements mondiaux dans des conditions optimales, tout en limitant les coûts de l’opération et en épargnant l’environnement.



Yann Arthus-Bertrand, Luc Besson et François-Henri Pinault ont tenu leur conférence de presse internationale grâce à TelePresence de Cisco pour présenter aux médias du monde entier ce nouveau film-plaidoyer.

La tradition de l'innovation

La vision de Cisco est d'améliorer la façon dont les gens travaillent, s'éduquent, se divertissent et vivent. En effet, c'est grâce aux technologies Cisco que plus de 80 % des informations circulent sur Internet et le groupe investit chaque année presque cinq milliards de dollars en recherche et développement, afin de continuellement améliorer les usages par l'innovation.

Les solutions réseaux de Cisco basées sur le protocole Internet (IP) se greffent au cœur d'Internet et de la plupart des réseaux privés ou publics à travers le monde. Cisco fournit la gamme la plus étendue de solutions pour le transport des données, de la voix et de la vidéo.

Aujourd'hui, Internet et les réseaux informatiques sont une partie essentielle de l'activité commerciale, de la formation, des messageries personnelles, des loisirs et de la créativité. La majorité des messages ou des transactions qui transitent à travers Internet se transporte rapidement et en toute sécurité *via* des équipements Cisco. Les solutions Cisco assurent un fonctionnement optimal en termes de performance, de sécurité et de fiabilité des réseaux, aussi bien privés que publics. De plus, les solutions Cisco sont au cœur de la plupart des grands réseaux complexes utilisés par les grandes entreprises, les institutions publiques et les opérateurs de télécommunications, et se retrouvent dans un nombre croissant d'entreprises de taille moyenne.

Cisco a été créé en 1984 par un couple de scientifiques de l'université de Stanford. Dès le début, les ingénieurs de Cisco ont été les moteurs dans l'avancement du développement d'IP, le langage

élémentaire pour communiquer à travers Internet et les réseaux privés. L'innovation est au cœur de l'activité de Cisco avec plus de 4 milliards de dollars investis en R&D en 2007 et une politique d'acquisitions soutenue. Cette tradition d'innovation se poursuit avec la création par Cisco de produits et technologies clés tels que la téléprésence qui rendront Internet encore plus facile et dynamique dans les prochaines années. Ces technologies portent sur le cœur de métier : le routage et la commutation avancés, mais concernent aussi la voix et la vidéo à travers IP, les réseaux optiques, le sans-fil, les réseaux domestiques, le réseau de stockage, la sécurité, le haut-débit, la gestion du contenu, les centres de données et les communications unifiées. Cisco envisage le réseau comme une plate-forme capable de fournir l'expérience personnalisée et personnalisable qu'attendent les utilisateurs du XXI^e siècle. Déclinant sa vision du réseau en tant que plate-forme, Cisco mène cette transition vers un environnement technologique centré sur le réseau. Cisco s'attache à créer une plate-forme de communication puissante qui servira de base pour la convergence des données, de la voix, de la vidéo et des communications mobiles dans une architecture intégrée et sécurisée.

Au-delà de son leadership technologique, Cisco est reconnu comme une entreprise innovante dans son propre fonctionnement interne. L'entreprise a été pionnière en utilisant Internet pour le support auprès des clients, la vente de produits, la formation et la gestion de ses finances. En prenant les meilleures pratiques de ses propres applications Internet, Cisco a créé un groupe de consultants dédié – IBSG (Internet Business Solutions Group) – pour aider les entreprises à transformer leur propre business en e-business.

SITE WEB

Pour plus d'informations :
www.cisco.fr
ou 0800 907 375

CHIFFRES-CLÉS

Dirigé par John Chambers, Cisco compte aujourd'hui 67 000 personnes dans le monde. En 2008, Cisco a réalisé un chiffre d'affaires de 39,5 milliards de dollars. Troisième filiale européenne, la France emploie près de 600 personnes. Laurent Blanchard, vice-président de Cisco Europe et directeur général de Cisco France, dirige la filiale française depuis septembre 2007.

