

F1 : AT&T et Lenovo s'installent dans les baquets des Williams

Grove (UK) – Après une saison 2006 peu reluisante (seulement 10 points marqués en championnat des constructeurs), l'écurie anglaise Williams veut tourner la page. Le dernier 'artisan' des compétitions automobiles de Formule 1 (cette équipe est l'une des rares à ne pas vendre d'automobiles) veut renouer avec un glorieux passé. En ces jours, la compétition est plus ouverte que jamais suite au départ du 'kaiser', Michael Schumacher.

L'écurie a donc remis les compteurs à zéro. Nouveau motoriste : Toyota, qui remplace BMW; nouveau châssis, nouveaux pneus, arrivée de l'autrichien Alexander Wurz aux côtés de Nico Rosberg. L'équipe a également décidé de changer de partenaires technologiques.

La nouvelle voiture, la FW29, a été dévoilée à la presse, ce vendredi 2 février dans les locaux de Williams près d'Oxford, en Angleterre. Nous avons ainsi pu découvrir les deux nouveaux partenaires de l'écurie : le chinois Lenovo et le géant américain AT&T.

Etre partenaire, ce n'est pas seulement apposer son logo sur la voiture et profiter d'une exposition médiatique mondiale. L'objectif est aussi d'apporter une expertise afin de permettre à l'équipe de remporter les courses. Chacun dans leur domaine, Lenovo et AT&T fourniront des solutions dédiées exploitées avant et pendant les courses.



Lenovo, fabricant de PC (et notamment des PC portables pour IBM), fournit l'infrastructure informatique à l'équipe. « *J'attends de Lenovo des ordinateurs plus puissants et plus rapides afin d'améliorer notre compétitivité* », explique Frank Williams, qui a fondé l'écurie à la fin des années 70. Le groupe chinois a bien compris le message et promet « *un partenariat technologique, d'innovations afin que Williams retrouve les sommets* ».

Réduire les délais

Du côté d'AT&T, nouveau sponsor principal, toutes les télécoms ont été revues et corrigées. Objectif: mettre en place un réseau IP sécurisé (VPN) '*plug and play*' de communication globale et administré afin de faire gagner du temps et réaliser des économies.

Les télécoms sont essentielles en F1. Lors des essais et des courses à l'étranger, le siège et la piste échangent constamment des informations (notamment des télémesures) afin d'affiner les réglage de la voiture. Ces échanges d'information doivent être les plus rapides possibles surtout lorsqu'une partie de l'équipe technique se trouve à plusieurs milliers de kilomètres de la piste.

« *Jusqu'ici, il fallait à Williams plus de 40 minutes pour envoyer 100 Mo de 'data' entre Jerez en Espagne (piste d'essai) à Oxford. Les données passaient par un réseau WAN partagé. Notre réseau IP a permis de réduire la durée moyenne de transmission à moins de 10 minutes* », nous explique Martin Silman, directeur exécutif de l'opérateur.

« Notre métier c'est de construire des voitures de course et de les mener à la victoire, pas d'administrer un réseau. Jusqu'à aujourd'hui, nous faisons appel à plusieurs fournisseurs et nous devons mettre en place avant chaque course notre infrastructure télécom. Il fallait partager la bande passante et cette solution nous coûtait cher », ajoute Alex Burns, chef des opérations de Williams.



Economies

« Le fait de pouvoir rapatrier les données en moins de dix minutes nous assure un créneau beaucoup plus confortable pour analyser et restituer les résultats d'analyse à l'équipe sur le terrain pour la configuration de la voiture, sa mise au point... A tel point que, sur trois ou quatre jours de course, nous pouvons gagner jusqu'à six ou sept heures qui seront consacrées à améliorer la voiture. En F1, c'est un énorme avantage », précise Chris Taylor, directeur informatique de l'écurie.

Outre ce réseau VPN qui fluidifie l'échange de données, AT&T a intégré à son réseau une « brique » VoIP. Le bénéfice économique est immédiat : les appels téléphoniques passant par le même réseau que les données. « Nous sommes reliés directement à notre siège. Notre ligne téléphonique nous suit littéralement partout dans le monde : la quantité d'appels échangés entre les stands, le site de l'équipe de motorisation et les ateliers d'Oxford deviennent des appels internes sur notre réseau, sans frais de communications internationales », explique Chris Taylor.



AT&T rendra certainement Williams plus souple et réactif. Est-ce suffisant pour gagner des courses ? Sûrement pas. Mais le géant américain, mise sur ce partenariat pour mettre en valeur ces solutions, notamment dans les marchés émergents. Il ne prévoit pas de quitter le navire à la première tempête. « C'est un partenariat à long terme que nous avons signé. Nous avons choisi Williams pour son histoire et sa philosophie. Nous pensons créer une réelle synergie qui profitera aux deux partenaires », promet Martin Silman. Premiers éléments de réponse en mars, lors de la reprise du championnat.



Alexander Wurz, nouveau pilote de l'écurie Williams-Toyota, et Martin Silman, directeur exécutif d'AT&T