

# Orange Business Service se spécialise autour des applications

Il y a quelques mois, Orange Business Service (OBS) a opéré des changements sur le plan organisationnel. « *Pour accompagner la transformation numérique de ses clients* », explique **Thierry Bonhomme** (photo), directeur exécutif d'OBS. Il rappelle que l'entreprise est focalisée sur cinq axes, que sont la sécurité, le Cloud, la connectivité, l'évolution du poste de travail et les applications. C'est sur ce dernier point qu'OBS a décidé de créer une nouvelle entité, baptisée **Orange Applications for Business (OAB)**.

Cette structure, dirigée par **Béatrice Felder**, se définit comme une ESN (Entreprise de Services du Numérique) selon le terme consacré par Syntec Numérique pour succéder à SSII. Cette entité ne fera pas de « *SI pour les RH, pour la gestion ou pour la compatibilité, elle sera spécialisée dans trois domaines que sont les objets communicants, l'expérience client et l'analyse de données* », précise la dirigeante, « *sans oublier une couche d'intégration des systèmes* ». OAB ne démarre pas de rien. « *Nous avons déjà 11 000 clients* », souligne Béatrice Felder.

Et de citer des exemples sur les travaux déjà réalisés sur les différents domaines cités précédemment. Ainsi, pour PSA-Citroën, OAB va gérer l'intégration d'une solution de gestion de flottes dans la voiture à travers une carte SIM pour optimiser l'éco-conduite. Sur **l'expérience client**, OAB met en avant [la récente initiative avec la SNCF](#) pour acheter et valider son titre de transport en NFC avec son smartphone dans les TER de Basse-Normandie. Sur la partie **Big Data**, le réseau national des destinations départementales (RN2D) a bénéficié d'un jeu de données anonymisées provenant des connexions sur les points haut de l'opérateur et ainsi connaître les flux de population sur différents sites touristiques.

## **A nouveaux usages, solutions innovantes**

Orange Application for Business annonce de nouvelles offres sur ses domaines de compétences. Sur les objets communicants, la nouvelle structure veut pousser une solution de localisation universelle basée sur la carte SIM. « *Elle a des avantages par rapport à des systèmes GPS, elle ne consomme pas beaucoup d'énergie et les boîtiers sont moins imposants pour certains usages, par exemple dans le transport* », indique Béatrice Felder. Sur l'expérience client, OAB a conçu une plateforme nommée **Smart Apps Center**. « *Il s'agit d'une suite logicielle qui est capable de prendre une application existante ou d'en créer une nouvelle et de la rendre « smart », c'est à dire qui se personnalise au fur et à mesure que l'utilisateur s'en sert.* » Un **SDK** est prévu pour les développeurs avec une architecture en .Net avec un système de modules propriétaires à intégrer comme des moteurs comportementaux par exemple. Orange Business Service souligne que la plupart des développements ont été réalisés à partir de solutions Open Source, comme **RabbitMQ** mais l'opérateur y a ensuite mis son savoir-faire. En matière de langage, la solution se veut agnostique entre Java ou Prolog.

Enfin dernière innovation sur l'analyse des data, Orange reprend sa base de données issue des stations de base radio, mais ajoute en plus sa base CRM au sein du service nommé **Flux Vision**.

Pour Béatrice Flender, « ce service vise plusieurs marchés : le tourisme pour affiner et améliorer l'expérience réalisée auprès de RN2D, mais aussi la gestion des territoires pour les collectivités notamment pour mieux connaître les problématiques du transport. Le géomarketing est un autre axe de travail à destination de la distribution pour optimiser les zones de chalandises ». Sur ce domaine sensible de l'analyse des données, OAB anticipe les questions sur la vie privée. « Les données sont anonymes et irréversibles, c'est-à-dire qu'il s'agit en général d'un jeu de données d'au moins une vingtaine de personnes pour éviter par croisement une identification des personnes. Si cela était le cas, le jeu de data est automatiquement détruit et remplacé », souligne-t-on chez l'opérateur. Il revendique **une discussion constante avec la CNIL** depuis 2 ans sur les différents projets.

Au final, OAB a de grandes ambitions avec 2400 personnes dédiées à cette entité, et un recrutement attendu de 200 personnes par an. Le chiffre d'affaires de la nouvelle structure est évalué à **300 millions d'euros** contre 6,5 milliards pour le groupe OBS. Elle est en compétition avec les acteurs traditionnels du service comme Capgemini, Atos ou IBM.

#### **A lire aussi :**

[Salesforce.com s'invite sur le cloud d'Orange Business Services](#)

[Orange Business Services signe avec Siemens et Nomalys](#)