

# Photobox : un petit Qlik pour mieux se développer

Que de chemin parcouru depuis 2000 par la startup Photoways! A l'époque, la société de Sartrouville développe les photos numériques envoyées par Internet dans un atelier rue de Turbigio à Paris, pour les envoyer chaque soir par la Poste. En 2006, elle rachète son équivalent britannique et devient le Groupe Photobox. Depuis, ce dernier s'est diversifié avec la personnalisation d'objets comme les calendriers et les mini-livres photo, ou avec les « formats d'exposition ».

Après plusieurs années de croissance accélérée, Photobox est désormais présent dans 19 pays avec plus de 1000 salariés. Le groupe a séduit des investisseurs, et est aujourd'hui présidé par Stanislas Laurent, ex-directeur général d'AOL Europe. Depuis son siège londonien, Photobox a réalisé plus de 300 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2015, et revendique plus de 30 millions de membres. La France et au Royaume-Uni compte chacune plus de 200 employés.

## Une première vague BI pour produire mieux

Un tel rythme de croissance engendre nécessairement des pratiques et des systèmes informatiques hétérogènes. Une réflexion est donc menée en amont pour apporter la cohérence indispensable au système d'information.

*« En 2011, un premier projet analytique est lancé dans les usines, afin de générer des tableaux de bord concernant les commandes à produire et leur suivi », explique Adrien Boutreau, BI Manager chez Photobox. « Ces éléments sont dispatchés aux équipes pour faciliter la planification. À l'époque, nous avons choisi QlikView, qui permet à la fois aux informaticiens de préparer la partie technique, et aux utilisateurs d'explorer intuitivement les données de façon autonome.»*

## Un accès unifié et des données nettoyées

En 2012, la société décide d'étendre l'utilisation de QlikView à l'équipe marketing et aux utilisateurs. La DSI sélectionne alors le partenaire Ysance, spécialiste de Qlik, pour l'accompagner. Un prototype avec des données réelles (Proof of concept) est réalisé, et convainc tous les intéressés.

La DSI avait constaté que plusieurs décideurs lançaient de multiples requêtes SQL pour obtenir divers types de reporting. *« Nous souhaitons centraliser ses requêtes dans un outil unique. Une solution que nous souhaitons installer pour toutes les sociétés du groupe, créant ainsi un accès unique vers toutes les données analytiques », précise Adrien Boutreau.*

Photobox voulait migrer des fonctions utilisant les Microsoft Reporting Services vers QlikView. L'objectif consistait à utiliser cette solution non seulement pour chaque société, mais aussi pour la consolidation globale au niveau du Groupe. Un projet qui concernait 220 utilisateurs uniques.

Côté sources d'information, une réplique des données des sites Web est réalisée dans le datawarehouse RedShift d'Amazon Web Services et dans QlikView. Ce qui permet une consultation de données à J+1. Puis, une connexion automatisée aux 18 bases de données du Groupe est

réalisée toutes les 20 minutes, pour actualiser les informations dans QlikView.

*« Au passage, plusieurs opérations de transformation et de nettoyage sont réalisées, ainsi que des mappings. Par exemple, le "fr" d'une base de données source devient "France" dans QlikView », ajoute le responsable BI.*

## Projets accélérés et utilisateurs autonomes

La DSI compte environ 50 collaborateurs. Une dizaine d'employés est en charge de l'analytique, auxquelles il faut ajouter quatre personnes en chargés du rapatriement des données dans et depuis Amazon RedShift, et cinq analystes. Soit un total de 20 collaborateurs en charge de la BI. Un transfert de compétences Qlik est également planifié avec Ysance pour les informaticiens concernés.

*«Le premier projet concernant les ventes est réalisé en trois mois et demi, avec un développement d'un mois », souligne Adrien Boutreau. «Aujourd'hui, c'est le temps moyen des projets BI : deux semaines pour le développement, une pour les allers-retours avec les utilisateurs et une pour la finalisation.»*

L'objectif global vise à obtenir les mêmes indicateurs de performance (KPI) pour tous les périmètres définis et tous les métiers, en laissant à l'utilisateur la possibilité de manipuler les dimensions sur les tableaux. *« Avec Qlik, nous avons pu généraliser le nettoyage des informations, affiner les modèles de données, et mettre en place des métadonnées pour générer un univers CRM ou un univers Site Web », rapporte le manager. « Les utilisateurs peuvent alors explorer les données de façon autonome, avec l'assistance de la DSI en cas de besoin, comme celui de relier ces univers par exemple. Nous souhaitons réellement laisser la main aux utilisateurs. L'équipe BI peut très simplement vérifier les sources ou la pertinence des tableaux de bord, afin de détecter d'éventuels des problèmes, ou d'automatiser certaines tâches. »*

Un mode de fonctionnement qui semble convenir aux utilisateurs qui plébiscitent les applications analytiques. Après plusieurs années d'utilisation, divers projets et plusieurs applications, Adrien Boutreau conseille: *« L'un des pièges consiste à vouloir obtenir à tout prix un résultat qui va clairement à l'encontre du modèle de données en place. Mieux vaut élaborer les choses progressivement, sans remettre brusquement en cause le modèle initial. Il est plus prudent de penser à ce que la donnée peut fournir en fonction de la demande de l'utilisateur afin de trouver le juste milieu, et éviter les charges inutiles et les déceptions. »*

### A lire aussi :

[Qlik se vend à Thoma Bravo pour 3 milliards de dollars](#)

[Cloud et Big Data, Qlik avance sans ombres au Tableau](#)

**Crédit Photo : Photobox**