

# Pitney Bowes–Business Insight France change de directeur

**Figure historique chez MapInfo, issue de l'époque d'ADDE, Laurent Lepiller a quitté la direction de Pitney Bowes–Business Insight France. Il est remplacé à ce poste par Didier Mamma, qui prend également en charge tout la zone « Europe du Sud ». Bref entretien informel avec le nouvel impétrant, fraîchement arrivé du monde du logiciel des infrastructures de service SOA.**

## **Geomatique Expert : Quel est votre parcours ?**

**Didier Mamma :** J'ai à la base une formation d'ingénieur scientifique. Après mon diplôme, j'ai démarré dans l'industrie (production) et rapidement je me suis orienté dans le domaine de l'instrumentation scientifique en chimie physique, aussi bien celui des cosmétiques que du pétrole, ou j'ai aidé à mettre au point certains processus d'analyse innovants. En 1992, on m'a confié la direction d'équipes de vente, ce qui m'a conduit à mettre en œuvre, très tôt, des bonnes pratiques en développant des outils d'automatisation de force de vente puis en implémentant des solutions CRM (*Customer Relationship Management*) du marché. Ayant acquis un savoir reconnu dans ce secteur, en 1999, on m'a proposé un poste, que j'ai accepté, dans le monde du logiciel. J'ai passé les cinq dernières années chez *Progress Software*, une société spécialisée dans le développement d'architectures orientées services. J'avais eu, à ce poste, l'occasion d'entrer plusieurs fois en contact

avec *Pitney-Bowes* : voilà pourquoi j'ai décidé de prendre la succession de Laurent Lepiller lorsque l'on me l'a proposé.

## **Geomatique Expert : Aviez-vous déjà eu des contacts avec la géomatique avant d'arriver chez P.B.-B.I. France ?**

**Didier Mamma :** Relativement peu, quelques contacts dans le

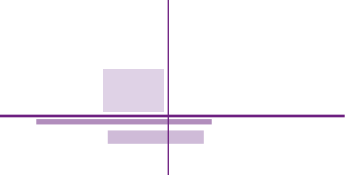


**Didier Mamma, nouveau directeur de Pitney Bowes–Business Insight pour la France et l'Europe du sud, en remplacement de Laurent Lepiller.**

domaine du pétrole, il est cependant difficile d'y échapper complètement, même dans l'instrumentation : les qualités des bruts varient fortement d'un forage à l'autre, il faut souvent conduire des études géostatistiques pour déterminer, avant sondage, ce à quoi on peut s'attendre à trouver. J'ai, par la suite, eu parfois l'occasion d'utiliser des logiciels de géolocalisation pour représenter sur un fond de plan où se situaient mes clients et les segments potentiels de croissance.

## **Geomatique Expert : Quelles ont été vos premières impressions en découvrant le monde du SIG ?**

**Didier Mamma :** Tout d'abord j'ai été surpris par le périmètre applicatif de la géomatique. Quand on parle de SIG à un profane comme je l'étais, on imagine simplement l'édition et la fabrication de cartes, et rien d'autre ; ce n'est qu'une fois à mon poste que j'ai découvert la complexité des mécanismes sous-jacents,



particulièrement les données, et l'étendue potentielle de la discipline. Avec un peu d'habitude, je pense maintenant que l'expression *Système d'information géographique* ressortit à l'abus de langage, notamment sa partie *Système d'information* ; je regrette, en effet, que les SIG ne soient encore que très peu intégrés sous la forme d'un service partagé au sein d'une infrastructure de services plus vastes dont les fonctionnalités seraient consommées par n'importe quel autre application et/ou service. À mon sens, aujourd'hui, la géomatique se confine souvent à des experts qui utilisent des logiciels *desktop* sans liens avec le reste du monde : l'impact sur l'efficacité opérationnelle des structures demeure limité.

**Geomatique Expert : Pour vous, le SIG n'a donc de sens qu'intégré au sein d'un SI plus large ?**

**Didier Mamma :** Absolument ! Pour utiliser une métaphore scientifique, je dirais que le SIG est à la *Business Intelligence (BI)* ce que le temps est à la Relativité générale : une dimension indissociable de l'espace, ici, en l'occurrence, du décisionnel. Privé de l'aspect spatial, la *BI* devient très réductrice ; vous n'êtes pas sans ignorer que plus de 70 % de la donnée peut être spatialisée. Les camemberts ou les histogrammes, même les plus parlants, ne vous diront jamais où il faut que j'implante ma prochaine usine, concession ou boutique, ni comment sont réparties les compétences au sein d'un grand groupe, ni, pour un assureur, où se situent les risques géologiques, catastrophes naturelles, criminalités... de ce point de vue, le SIG marque un saut conceptuel. N'oublions pas non plus que la donnée isolée n'a aucune valeur ni signification, elle n'en acquiert qu'en raison des relations et des croisements qu'elle permet de réaliser avec d'autres données provenant de

multiple sources. On est capable ainsi de révéler des relations discrètes, cachées, stratégiques, pour la prise de décision. Tout cela aboutit à la notion de « vision augmentée » de la *BI*.

De plus en plus, nous allons vers une dématérialisation des produits et des services ; l'exemple le plus marquant est celui de la vidéo : personnellement, depuis que l'on m'a installé le câble à la maison, je n'achète presque plus de DVD. À mon sens, tout ce qui peut se dématérialiser le sera tôt ou tard. Cependant, il faudra toujours relier ce monde « virtuel » au monde réel, savoir où est le consommateur, quels sont les réseaux qui le desservent, de quel réseau social fait-il partie, quel est son potentiel économique, son profil sociologique, etc. et c'est ici que le SIG se rend indispensable, dans sa dimension transversale : opérationnelle, organisationnelle et prospective.

**Geomatique Expert : Comment P.B.-B.I. s'intègre dans votre conception ?**

**Didier Mamma :** Particulièrement bien, puisque *P.B.-B.I.* est en mesure de fournir toute la chaîne de valeur, depuis les données jusqu'aux extensions spécifiques sur *MapInfo*. Les premières sont particulièrement importantes, d'autant qu'il devient maintenant de plus en plus rare qu'une seule entreprise intervienne dans la fabrication et la livraison d'un objet, particulièrement dans le domaine des services. Dans ce cas, des données sont partagées entre plusieurs intervenants, ce qui crée des doublons. Nous disposons d'une plateforme *DQM (Data Quality Management) Spectrum* de nouvelle génération, qui permet d'engranger, d'auditer, de nettoyer et de raffiner les données. Toutefois nous allons beaucoup plus loin dans la recherche de création de valeur : en enrichissant la donnée, nous pouvons même la « doper ». *Spectrum* permet de géolocaliser les

adresses, et d'évaluer automatiquement le profil de chaque client en fonction de scores déterminés par des modèles issus de nos équipes de statisticiens ; ce logiciel urbanise et industrialise la diffusion de données de qualité dans le *SI* et les processus. Géolocaliser les points d'adresses permet parfois des gains importants par rapport à une simple approche « directe » : ainsi, les enseignes *Feu vert*, qui ventilaient de la distribution de la publicité non adressée dans un rayon de quelques kilomètres autour de leurs garages, ont gagné jusqu'à 10 % de taux de retour en procédant à une analyse plus fine de leur clientèle grâce à la géolocalisation de leurs adresses. Côté SIG, nous avons jusqu'ici plutôt eu affaire aux utilisateurs experts, mais la tendance est à la « démocratisation », ainsi qu'à la diffusion des services cartographiques vers des utilisateurs déportés ou nomades : notre gamme d'applications *web* fondée sur la plateforme *MapXtreme* répond à ces attentes ; une nouvelle version verra le jour cet été.

**Geomatique Expert : D'autres axes stratégiques importants pour P.B.-M. France ?**

**Didier Mamma :** Ils s'inscrivent toujours dans la volonté de faire de *MapInfo* un produit totalement intégré dans le système d'information. Avec *MapInfo Geomarketing Report (MGR)*, nous proposons une solution totalement *web* (donc interactive) d'élaboration et de consultation de cartes ; nous travaillons avec des partenaires sur une offre *SAS* qui pourra cumuler géocodage et diffusion de la cartographie : ces services seront offerts par *Internet* sur le principe d'une redevance à l'usage, ou par utilisateur. Le service cartographique offrira une modulation des droits d'accès selon les profils, si bien que certaines données pourront rester confidentielles. Quoi qu'il en soit, il faut développer le plus possible l'interopérabilité de *MapInfo* pour qu'il s'intègre

facilement avec les autres briques classiques de l'informatique d'entreprise. Le produit s'oriente vers une approche SOAP/REST.

### **Geomatique Expert : À ce propos, la prochaine version de MapInfo ?**

**Didier Mamma** : Il s'agira de la 10.5. Classiquement, elle arrivera en septembre, la version anglaise étant, quant à elle, commercialisée en juin au Royaume-Uni. Nous commençons à peine à recevoir les premières bêta-versions, il est trop tôt pour en parler, même si

l'aspect métadonnées semble avoir été mis en avant.

### **Geomatique Expert : Pour finir, une opinion sur le logiciel libre, particulièrement la base de données PostGIS ?**

**Didier Mamma** : Pour moi, il s'agit d'un phénomène particulièrement présent en France. Je discutais récemment avec le responsable de la société *Zend*, spécialisée dans le langage de script web *PHP*, qui avouait compter la majorité de ses clients dans l'Hexagone – à vrai dire, c'était après que *P.B.-B.I.*

*France* ait fait pression sur les développeurs de la maison mère américaine afin de porter *MapInfo* sur *PostGIS* ; nous répondions en cela à une demande récurrente de certaines entités publiques, dont des ministères. Le logiciel libre me paraît particulièrement répandu dans le secteur public, alors que le privé est beaucoup plus réticent. Ceci dit, j'ai eu l'occasion de tester *PostGRES* avant d'être embauché chez *P.B.-B.I.*, c'est un très bon logiciel, qui n'a pas à rougir d'une éventuelle comparaison avec les produits commerciaux connus. ○

