

# Une nouvelle dimension dans le travail collaboratif

À l'avant-garde de l'innovation horlogère suisse depuis 1860, TAG Heuer est également à l'avant-garde en matière de technologie de l'information. Une informatique de pointe et un réseau à haut débit sont aujourd'hui des outils incontournables de son succès mondial, au même titre que la lime de ses horlogers. «Business Facts» a demandé à Steve Blank, CIO de TAG Heuer, les raisons du choix de cablecom comme partenaire réseau.

**Monsieur Blank, l'horlogerie fait plus penser à du travail manuel méticuleux qu'à l'informatique. Quel rôle les technologies de l'information (IT) jouent-elles aujourd'hui pour une entreprise horlogère de pointe comme TAG Heuer?**

TAG Heuer a connu une très forte progression de l'informatique dans son processus de production depuis une dizaine d'années. Nous avons été parmi les premiers à dessiner nos montres avec des logiciels de CAO (conception assistée par ordinateur). Nos partenaires n'étant pas encore équipés au début, nous devions encore échanger des plans. Au fil du temps, la CAO nous a permis de réduire les temps de conception. L'utilisation de logiciels de FAO (fabrication assistée par ordinateur) et de machines-outils informatisées de type CNC permet en outre de produire aujourd'hui des prototypes plus rapidement et avec beaucoup plus de précision que ceux auparavant réalisés et finis à la lime. Mais plus on avance dans le processus de production des montres et plus le travail manuel reprend sa place.

L'informatique intervient surtout en amont, dans la logistique des pièces et la gestion des fournisseurs. C'est un élément essentiel, qui nous permet d'atteindre un très haut niveau de qualité grâce à des pièces rigoureusement identiques d'un fournisseur à l'autre. L'informatique est évidemment un outil incontournable dans le marketing et tous les processus de management. Sans informatique, nous ne pourrions simplement plus produire une seule montre aujourd'hui!

« Sans informatique, nous ne pourrions simplement plus produire une seule montre aujourd'hui! »

**Quelle est l'importance du réseau IT pour TAG Heuer?**

Il a pris une très grande importance depuis cinq ans. Auparavant, le développement des produits se faisait de manière cloisonnée, pour des raisons de secret industriel. Mais les besoins d'interaction avec des partenaires

## Portrait

**Steve Blank** (40 ans) est directeur des systèmes d'information (CIO) depuis 1996 chez TAG Heuer, où il est entré en 1991. Responsable de la stratégie informatique et de sa mise en œuvre, il est l'artisan de nombreux projets technologiques majeurs chez TAG Heuer: intégration complète des flux d'entreprise à l'ERP de la marque; déploiement des outils de CAO et FAO dans le développement des nouveaux produits et prototypes; intégration de solutions métiers, notamment du service après-vente; mise en place d'une infrastructure complètement sécurisée dans les centres de calcul de Marin et de La Chaux-de-Fonds.



externes et le marketing allant croissant, un réseau sécurisé est devenu un élément essentiel de notre processus. Il nous permet d'échanger des fichiers de données et des plans de conceptions, ou des photos de produits de plusieurs dizaines de Mo. Cela requiert des débits de plus en plus élevés, notamment entre nos deux sites principaux de Marin – où se situe une grande partie du marketing et de l'administration – et la partie industrielle à La Chaux-de-Fonds. Mais nous avons également besoin de connexions avec nos fournisseurs et partenaires externes, ainsi que nos différents sites dans le monde. Le mail est à cet égard devenu un outil collaboratif d'importance critique pour nous. Il représente environ 60% du trafic de notre réseau. Nous sommes également reliés au réseau de notre actionnaire majoritaire, le groupe LVMH à Paris, pour tout ce qui touche à la consolidation financière. Par ce réseau transitent également les données d'autres marques horlogères du groupe ainsi que des logiciels de gestion ERP.



### Des montres de légende 1: Calibre 360 Concept Chronographe

Sensation du salon horloger de Bâle 2005, ce dernier modèle de TAG Heuer est le premier chronographe de poignet mécanique à mesurer et afficher le temps au centième de seconde. Cette première mondiale est rendue possible par un balancier dont la fréquence oscille à 360 000 alternances par heure, soit dix fois plus vite que n'importe quel autre chronographe. Montre conceptuelle emblématique de l'innovation de TAG Heuer, le Calibre 360 n'est pas encore disponible sur le marché.

## En quoi le réseau influe-t-il dans le développement de votre stratégie IT?

La nature et la quantité des flux du réseau vont gagner en importance. L'objectif est de s'affranchir des distances et permettre une collaboration en temps réel sur des projets communs, et cela où que soient physiquement stockées les données, sans que les utilisateurs ne ressentent de différence. Jusqu'à présent, nous travaillions dans une logique de sites. Notre nouvelle architecture IT doit nous permettre de travailler dans une logique de projets collaboratifs en temps réel, sans tenir compte des contraintes géographiques, au niveau local et mondial. Cela requiert un réseau puissant et fiable.

« Jusqu'ici, nous travaillions dans une logique de sites.

Notre nouvelle architecture IT doit nous permettre de travailler désormais selon une logique de projets. »

## Quels sont les challenges que vous avez à relever en tant que CIO de TAG Heuer?

Ils sont de deux ordres: d'une part, mettre en place une infrastructure efficiente pour TAG Heuer et les autres marques de la branche qui soit intégrée dans le réseau existant de LVMH; d'autre part, sur la base de cette plateforme, développer des applications et des services permettant d'aider le business à être plus performant. Cela peut passer par exemple par des outils de reporting pour le management, des solutions de soutien à la

### Des montres de légende 2: Carrera

Chronographe mythique de la marque, dessiné par Jack Heuer en 1964, la Carrera revient en 2005 sous la forme d'un nouveau modèle sportif, dont Brad Pitt s'est fait l'ambassadeur. Jack Heuer, aujourd'hui président honoraire de TAG Heuer, a mis son expérience au service du développement de cette nouvelle version de ce modèle indémodable.



vente ou aux achats, une plus grande interactivité du site Internet avec la clientèle, etc. Nous essayons d'être le plus proche possible du business, avec des solutions métiers dédiées qui apportent un plus, au-delà des logiciels standards de gestion. C'est un avantage concurrentiel essentiel pour TAG Heuer.

## Qu'est-ce que cela implique en termes de besoins pour votre réseau IT?

Nous avons besoin de capacités nettement plus élevées qu'auparavant. Nous avons accéléré les débits à 20 Mbit/s entre nos sites de Marin et La Chaux-de-Fonds afin de favoriser le confort de nos utilisateurs internes itinérants. Nous avons également besoin d'une connexion très fiable avec le réseau international de LVMH, car la plateforme de

consolidation financière et les ERP pour nos sites mondiaux sont hébergés à Marin. Nous voulons par ailleurs mettre en place une solution de customer relationship management avec nos clients dans le monde entier, qui nous permette un suivi précis de notre distribution et une interaction avec nos clients. A terme, nous comptons également intégrer la téléphonie IP sur le réseau, ce qui demande à nouveau une augmentation des capacités.

## Qu'est-ce qui vous a fait choisir cablecom business comme partenaire pour mettre en œuvre cette stratégie IT?

Le contrat avec notre fournisseur précédent arrivait à terme l'an dernier. C'était pour nous l'occasion de redéfinir nos besoins actuels et futurs en termes de réseau IT, en adéquation avec notre stratégie et les acquis hérités de LVMH. Nous recherchions un partenaire fiable qui puisse nous offrir une solution en fibre optique. Nous avons étudié les deux seules alternatives sur le marché suisse, dont cablecom. Pour nous aider dans notre choix, nous sommes adjoint les services de la société indépendante de conseil H+S Communications pour établir les critères et évaluer les offres et l'historique des deux opérateurs sélectionnés. Le choix s'est rapidement porté sur cablecom, en dépit de sa position de challenger: nous avons reçu toutes les garanties de sécurité que nous attendions, en particulier sur les références clients, sur la capacité de cablecom à mener à bien le cahier des charges très exigeant que nous avons formulé, et à accompagner notre développement dans le futur.

## Quels étaient pour TAG Heuer les plus importants critères de choix d'un partenaire réseau?

## TAG Heuer



TAG Heuer, référence mondiale des montres et chronographes de sport et de prestige depuis 1860, occupe la quatrième place sur le marché mondial de l'horlogerie de luxe. TAG Heuer appartient depuis 1999 au groupe français LVMH ([www.lvmh.com](http://www.lvmh.com)), numéro un mondial du luxe avec une cinquantaine de marques telles que Louis Vuitton, Moët Chandon ou Givenchy. En 2004, le chiffre d'affaires de LVMH s'est élevé à 12,6 milliards d'euros, avec une part de près de 4% pour le segment horlogerie/joaillerie.

Dès ses débuts, TAG Heuer a constamment été en quête d'innovation et d'excellence. En 1916, la marque crée la sensation avec le Micrographe, le premier chronomètre de poche précis au centième de seconde. En 1966, Jack W. Heuer, petit-fils du fondateur de la marque, déposa le premier chronomètre électronique compact capable de mesurer précisément le millième de seconde: le Microtimer. Basé à Marin dans le canton de Neuchâtel, avec une production à La Chaux-de-Fonds, TAG Heuer emploie 1000 personnes, dont 400 en Suisse romande, et produit plus de 500000 montres par an.

Informations: [www.tagheuer.com](http://www.tagheuer.com)

### Prestations de cablecom:

- topnet Private IP (VPN) entre huit sites suisses, dont les deux principaux avec une bande passante de 20 Mbit/s
- topnet Global IP (Internet centralisé) à 4 Mbit/s

Informations: Laurent Fine, Key Account Manager, cablecom business, tél. 024 423 36 50, [laurent.fine@cablecom.ch](mailto:laurent.fine@cablecom.ch)

En premier lieu la qualité et la fiabilité du réseau. Il était très important pour nous d'avoir la maîtrise du trafic, nous voulions pouvoir mettre en place des classes de service sur le réseau, pour dissocier les flux et attribuer des priorités aux applications critiques. Cela, cablecom nous l'a proposé d'entrée de jeu. Un autre élément essentiel de notre choix était la flexibilité: tant au niveau des clauses du contrat que des sites connectés ou des débits mis à disposition. Chez TAG Heuer, nous travaillons un peu comme une start-up, la flexibilité est notre force. Nous avons besoin d'un partenaire capable de nous suivre et de réagir rapidement à nos demandes. Par ailleurs, l'étendue du réseau cablecom permettait de connecter nos sites facilement, ce qui a permis de limiter les coûts d'infrastructure. La capacité de cablecom à investir dans l'extension de son réseau propriétaire était également une garantie pour le futur. La réactivité des équipes commerciales et une offre très claire et très complète dès le départ ont également pesé dans la balance. Finalement, et c'est essentiel, à prestations égales cablecom présentait un avantage financier de plus de 20%.

#### Quel a été le rôle de H+S Communications dans votre processus de sélection?

Nous travaillons depuis longtemps avec les consultants H+S Communications. Ils nous ont apporté leur expertise indépendante pour l'établissement des critères de sélection et l'analyse des offres. Ils ont effectué un audit technologique approfondi de cablecom, qui s'est prêté au jeu en leur ouvrant ses portes. H+S Communications nous a aidés à faire la synthèse et la pondération des facteurs critiques, et à présenter le projet à la direction générale. Cette collaboration nous a permis de nous rassurer

sur nos choix technologiques et en termes d'évolution future.

#### Quels avantages technologiques et économiques tirez-vous de ce partenariat avec cablecom?

Nous avons doublé, voire pour certaines lignes décuplé, notre bande passante, tout en réduisant nos coûts par rapport à la situation précédente. Au niveau technologique, cablecom nous assure une interconnexion directe et redondante avec le réseau international de LVMH, à Genève et Zurich. La sécurité de ce lien, et la capacité que nous offre cablecom de basculer d'un point de connexion à l'autre pour assurer la continuité des flux, sont essentielles pour nous. En tant qu'entité du groupe LVMH, Paris est le site incontournable pour nous, et notre point de raccordement avec toutes nos filiales internationales. cablecom a activement contribué au succès d'une solution globale qui dépasse les frontières de la Suisse.

« Nous avons doublé, voire pour certaines lignes décuplé, notre bande passante, tout en réduisant nos coûts. »

#### Comment s'est passée la collaboration avec cablecom et la mise en œuvre du projet?

Je dois dire que la collaboration a été excellente, tant avec les équipes commerciales que les équipes techniques. Toutes deux ont fait preuve d'une grande flexibilité et d'une grande capacité à s'adapter à nos exigences. Il n'y a jamais eu de zones d'ombre ou de flou. L'offre commerciale était complète et équilibrée dès le départ, ce qui a fortement réduit le besoin de négocier. Même les péna-

## Les partenaires du projet

### API

TAG Heuer a confié l'hébergement de ses sites Internet et extranet à API, société de services et d'infrastructure informatique basée à Lausanne. «Notre plateforme Internet et extranet est excessivement critique pour notre image», explique Steve Blank, CIO de TAG Heuer, «raison pour laquelle nous en avons outsourcé l'hébergement et la maintenance à API. Ils nous assurent un suivi et un service irréprochable 7 jours sur 7, 24h/24.» Le site d'API à Lausanne est relié via cablecom au réseau privé et sécurisé topnet Private IP de TAG Heuer. **Infos:** [www.api.ch](http://www.api.ch)

### H+S Communications

Pour le renouvellement de son réseau informatique, TAG Heuer a étroitement travaillé avec la société H+S Communications à Vevey, bureau d'ingénieurs-conseils indépendants spécialisés dans le domaine des IT (technologies de l'information) et la téléphonie. Active dans toute la Suisse depuis 1991, forte de 16 conseillers et chefs de projets, H+S Communications aide ses clients, parmi lesquels de nombreuses grandes sociétés, à définir leurs besoins IT et trouver sur le marché les solutions les plus adaptées, avec toute l'expertise de ses spécialistes indépendants. **Infos:** [www.hsc.ch](http://www.hsc.ch)

lités pour le maintien des délais et des prestations ont été immédiatement intégrées par cablecom. Les équipes techniques comprennent exactement ce qu'on leur demande, le suivi au niveau commercial se passe très bien. Nous avons le sentiment d'un réel partenariat, et non d'un rapport de fournisseur à client. Par ailleurs, le respect des délais a été impeccable. Le jour J, la migration sur le nouveau réseau s'est faite sans qu'aucun utilisateur ne s'en rende compte. Pour moi, une telle efficacité était du jamais vu!

#### Qu'attendez-vous de cablecom dans le futur?

Nous désirons augmenter nos débits pour intégrer à terme la voix et plus de données multimédias sur le réseau IP. Dans ces domaines également, nous attendons de la part de cablecom des solutions innovantes et compétitives. Vu la qualité de notre partenariat jusqu'ici, je suis tout à fait confiant pour le futur.

#### Monsieur Blank, merci!

**Interview:** Grégoire Baillod, journaliste, Genève  
**Portraits:** Johann Sauty, photographe, Genève



#### Des montres de légende 3:

##### Professional Golf Watch

Le premier conseil des professionnels du golf n'est-il pas d'enlever sa montre avant de frapper la balle sur le tee?

Le poids supplémentaire sur le poignet et le bracelet trop lâche ou trop serré handicapent en effet le jeu. En première mondiale, TAG Heuer a développé avec le champion Tiger Woods une montre alliant un bracelet en silicone extensible pour une parfaite aisance au poignet, un design extraléger en titane pour un poids minimal de 55 grammes et une conception antichoc pour résister aux swings les plus violents. La seule montre que les joueurs de golf peuvent porter sur le green.