

Newsletter
Hello GeoWorld **65**



1^{er} AVRIL, FAKE NEWS OU PAS ?

Quelle est l'origine de cette plaisanterie ? Elle reste obscure mais existe dans différentes cultures de l'Antiquité et du Moyen Âge. Toutefois l'hypothèse couramment reprise par les médias, relie la date du 1^{er} avril à la réforme calendaire édictée par le roi Charles IX qui décide que l'année commencerait alors le 1^{er} janvier et élargie à l'ensemble de la chrétienté par le pape Grégoire XIII. La légende raconte que nombre de personnes eurent du mal à s'adapter au calendrier et pour se moquer de ces étourdis, on en profita pour leur raconter des histoires pour rire en leur remettant de faux poissons prouvant ainsi la fin du carême. Ainsi naquit le 1^{er} avril, le jour des fous, de ceux qui n'acceptent pas la réalité et la voient différemment.

Ne croyez pas que cette édition printemps 2021 ne contient que des articles tous plus burlesques les uns que les autres !

Vous trouverez dans cette édition une mine d'informations précieuses qui peuvent servir vos métiers : des focus sur des fonctionnalités précises, des comparatifs produits, des avancées sur des chantiers internes, des témoignages clients, des dates ou chiffres à retenir... Toutefois, deux articles quelque peu mensongers se sont glissés dans les pages de ce numéro. Les retrouverez-vous ?



SIMULEZ VOTRE RETOUR SUR INVESTISSEMENT

Dans un contexte où la prise en compte des enjeux économiques et environnementaux est indispensable, il est devenu nécessaire d'optimiser ses équipes mobiles, dont le temps de déplacement représente entre 30 et 50% d'une journée de travail. Les solutions GEOCONCEPT vous permettent d'optimiser la prise de rendez-vous depuis votre call-center ou votre portail de prise de RDV, d'organiser de manière automatique les agendas de vos équipes, de planifier stratégiquement votre activité sur le long terme... et vous garantissent de réaliser des économies financières.

Utilisez notre simulateur et calculez, en un clic souris, les gains moyens obtenus grâce à l'utilisation des solutions d'optimisation GEOCONCEPT : économies financières, gains de productivité, réduction des émissions de CO2.

>> [Découvrir](#)



RESTONS CONNECTÉS !

L'actualité restant encore incertaine en 2021, les équipes GEOCONCEPT se mobilisent pour vous proposer des moments d'échanges privilégiés s'adaptant continuellement aux conditions sanitaires.

Pour vous accompagner tout au long de cette nouvelle année, nous vous proposons des instants de partage et de rencontre au travers de :

Webinars thématiques : présentation des produits, nouveautés, expertise métiers ... Échangez avec nos experts lors de rencontres 100% en ligne !

Retrouvez toutes les informations sur les webinars à venir et accédez directement au replay sur la [page dédiée](#).

Des événements incontournables

qui nous rassembleront au format hybride ou digital selon les mesures de protection gouvernementales :

- 13 avril - **Matinée Action Co** : Web Conférence dédiée au management et à la performance des équipes commerciales.

[Infos & Inscription](#)

- **Juin - Transports & Logistics Meetings** : prenez rendez-vous avec nos experts du transport et de la logistique pour faire le point sur vos projets d'optimisation.

- **13 au 15 sept - S.I.T.L** : retrouvez-nous pour la Semaine de l'Innovation du Transport & de la Logistique

- **24 & 25 nov - Supply Chain Event** : découvrez les nouveaux enjeux de la logistique qui placent l'optimisation au cœur de la Supply Chain.

Vous souhaitez plus d'informations sur nos événements et sur nos actualités ?

Suivez-nous sur les réseaux sociaux :

[LinkedIn](#) - [Facebook](#) - [Twitter](#)

AFFAIRES GAGNÉES

Cette fois encore, de belles enseignes nous font confiance :

Eurofeu, spécialiste de la sécurité incendie, utilise Opti-Time Field Service pour planifier les interventions de ses 400 techniciens et Territory Manager pour optimiser son découpage sectoriel et sa couverture de marché.

Bureau Veritas France spécialisée dans les essais, l'inspection et la certification, a choisi Opti-Time Field Service pour optimiser les tournées des prestations de vérification et de validation des travaux d'amélioration de l'habitat (CEE).

Après Opti-Time Field Service pour optimiser la planification de ses équipes mobiles, **Photomaton** fait le choix de Territory Manager pour travailler la répartition et la couverture optimale de ses clients et interventions terrain.

Les laboratoires dermatologiques **Uriage** ont opté pour la solution Territory Manager afin d'analyser et ajuster leur sectorisation territoriale sur la maille UGA et envisager l'ouverture de nouveaux points de vente.

ACR Group, spécialiste de la pièce de rechange automobile, utilise la solution de field sales management Opti-Time

for Salesforce pour optimiser l'efficacité de ses forces de vente sur le terrain.

Stiebel Eltron s'est doté de Geoconcept Sales & Marketing pour analyser la répartition de son réseau de distribution actuel et cartographier les zones à fort potentiel afin d'orienter les efforts commerciaux.

Electrical Safety Authority (Autorité de régulation de l'électricité) dans la province de l'Ontario au Canada a choisi Opti-Time TourSolver et son application mobile pour optimiser les tournées de ses 300 techniciens sur le terrain.

LiPU leader sur le marché du transport et de la logistique au Mexique, utilise Opti-Time TourSolver et Territory Manager pour optimiser les déplacements de ses 250 000 passagers quotidiens dans le cadre de ses activités de transport scolaire, transport du personnel et transports spéciaux.

Seshaasai Business Forms, fournisseur de solutions technologiques et IoT en Inde, a fait le choix d'Opti-Time TourSolver pour planifier et optimiser ses tournées de livraison.

LES NEWS DU BLOG

Les experts GEOCONCEPT suivent pour vous les tendances du moment et les sujets d'actualité. Tous les mois, de nouveaux articles sont mis à votre disposition.

Les derniers articles du blog :

[TENDANCES]

Pourquoi investir dans l'intelligence géographique et pour quelles applications ?

Les entreprises leaders dans l'utilisation de la cartographie et des données de localisation se démarquent par une expérience client, des performances commerciales et une efficacité opérationnelle supérieures à celles de leurs concurrents. Et si vous mettiez vous aussi l'intelligence géographique au cœur de votre activité ?

[SIG]

Comment faire une bonne carte ?

La cartographie est un puissant outil de compréhension et d'aide à la décision. Mais pour produire des cartes utiles et efficaces, il faut respecter un certain nombre de règles. Êtes-vous certain de connaître ces règles et de les maîtriser ?

[TENDANCES]

Impact écologique – L'étau se resserre autour des véhicules les plus polluants

En ville, pour la livraison du dernier kilomètre, comme pour le transport longue distance, les

réglementations sur les émissions de CO2 se durcissent et incitent les acteurs du transport de marchandises à passer à des énergies décarbonées. Mais le renouvellement des flottes est lent. Contre toute attente, la crise de la Covid-19 pourrait accélérer la transition énergétique du secteur !

[Lire la partie 1](#)

[Lire la partie 2](#)

[FIELD SERVICE MANAGEMENT]

Covid-19 : quel impact sur les activités de maintenance sur site ? Retour d'expérience de Mettler Toledo et ENGIE Solutions

Du premier confinement à aujourd'hui, la pandémie et les mesures sanitaires n'en finissent pas de bouleverser les opérations d'installation et de maintenance chez les clients. Jean-Paul Canonne, Directeur des projets stratégiques au sein de la division Service de Mettler-Toledo, et Patrick Hourqueig, Responsable Outils & Méthodes chez ENGIE Solutions, nous racontent ce que leur organisation a mis en place pour s'adapter à la situation et permettre aux techniciens d'assurer leurs missions.

>> [Lire plus d'articles](#)

EXPÉRIENCE CLIENT - QUOI DE NEUF DEPUIS LE DERNIER NUMÉRO ?

Nous vous l'annoncions dans le précédent numéro, GEOCONCEPT, soucieux de votre satisfaction et désireux de construire une relation pérenne avec vous, élabore brique après brique, les éléments complémentaires d'un vaste programme visant à améliorer l'expérience de nos clients.

Satisfaction

Première étape indispensable à l'évaluation de vos besoins et attentes, une enquête de satisfaction a été ouverte en ligne pour l'ensemble de nos clients. Quelques minutes suffisent pour donner votre avis sur nos produits et services et nous faire part de vos remarques et suggestions.

Merci à ceux d'entre vous qui ont pris le temps de nous partager leur avis. Pour tous les autres, il n'est pas trop tard, l'enquête reste ouverte jusqu'au 30 avril 2021 : <https://bit.ly/3ey34By>

Nous souhaitons également vous donner la possibilité de nous faire part de votre contentement tout au long de l'année. Pour cela, les signatures de mail de vos contacts GEOCONCEPT privilégiés afficheront une question interactive "Recommanderiez-vous GEOCONCEPT ?". Ce baromètre sera régulièrement analysé par notre département Expérience Client et les actions nécessaires seront mises en place pour garantir un haut niveau de satisfaction.

Communication

Être à votre disposition est notre priorité. GEOCONCEPT fait donc le choix de moderniser ses outils de communication afin de vous permettre de trouver plus facilement l'interlocuteur ou l'information recherché(e). Pour cela, un chatbot sera prochainement intégré à notre site web : navigation guidée, discussion instantanée ou encore message direct au service de votre choix aideront à faciliter vos échanges avec nos équipes. Également, en complément des aides interactives intégrées à vos solutions, des accompagnements personnalisés ont été mis en place pour garantir aux utilisateurs un accès facilité à la base de connaissance même après la formation.

Formation

La crise sanitaire a accéléré la mise en place de feuilles d'émargement dématérialisées. Avec la tenue des sessions de formation à distance, remplir ces feuilles était source de stress et de perte de temps. Depuis le début de l'année, GEOCONCEPT s'est doté de l'application Edusign qui rend l'émargement des apprenants facile, rapide et numérique. Plus besoin de courir pour récolter la signature de chacun des participants, un mél envoyé par l'intervenant en début de séance demande d'émarger en ligne et le tour est joué. Un questionnaire de satisfaction est également envoyé à l'ensemble des apprenants et l'application SaaS permet



de suivre pas à pas l'évolution du dossier, de relancer les participants jusqu'à obtention des documents obligatoires. Ce système de GED respecte les exigences de la DIRECCTE, OPCO, financeurs et entreprises.



Enfin, dans le cadre de la RSE (responsabilité sociale d'entreprise), GEOCONCEPT en intégrant Edusign dans ses processus de formation, renforce son engagement à sauver la nature puisque chaque feuille d'émargement digitale contribue à planter des arbres supplémentaires.

Puisque la formation est une partie constante de la vie de chaque salarié, GEOCONCEPT propose de prendre le pouls systématiquement quelques semaines après une formation pour faire le point avec les nouveaux utilisateurs et envisager un soutien éventuel personnalisé en fonction de leurs besoins.

La satisfaction client est au cœur des préoccupations de la plupart des entreprises et vous constatez que ça n'est pas un vain mot chez GEOCONCEPT.

GEOCONCEPT GÉOLOCALISE LES MASQUES ANTI-COVID JETÉS ILLÉGALEMENT DANS LES RUES

Grâce à sa solution **Opti-Mask Tour Picker** et à l'intervention de chiens renifleurs de molécules de COVID-19, GEOCONCEPT œuvre contre la pollution causée par les masques abandonnés dans les rues des grandes métropoles françaises.

Opti-Mask Tour Picker est une solution innovante permettant de géolocaliser les masques anti-COVID abandonnés dans les rues des grandes métropoles françaises avec un objectif double : lutter contre les nouvelles formes d'incivilités qu'a fait surgir la pandémie de COVID-19 et aider les acteurs locaux à assainir les milieux urbains de manière plus rapide et plus ciblée.

Optimisation de tournées et IoT canin

Grâce à sa technologie innovante d'exploitation d'images satellite, la solution Opti-Mask Tour Picker permet d'obtenir une cartographie multi-scalaire des masques jetés dans les rues. De nombreux micro-points clignotent sur le moniteur principal du poste de contrôle de la ville afin de permettre aux équipes en back office d'identifier et localiser en temps réel les masques à collecter par des voitures-aspirateurs. Les points rouges désignent les masques identifiés avec certitude, les bleus pointent les objets qui nécessitent une levée de doute.

Pour vérifier qu'un objet jeté non-identifié (OJNI) est bien un masque, GEOCONCEPT s'est associé à la première brigade française de chiens renifleurs dressés par des équipes de sapeur-pompiers de plusieurs SDIS d'Ile de France pour détecter les molécules de COVID-19. Chaque jour, la brigade de chiens est déployée dans les rues. Dès qu'ils dénichent un masque, ils activent avec leur patte une puce située sur leur collier qui localise instantanément le masque sur la carte et permet de réajuster en temps réel la tournée des collecteurs, qui auparavant avaient un mal de chien à effectuer leur ramassage.

Les collecteurs sont équipés de l'extension mobile d'Opti-Mask Tour Picker disponible sur smartphones, tablettes et tamagotchis afin de pouvoir suivre au plus près et en temps réel l'évolution de la collecte des masques.

La solution Opti-Mask Tour Picker a d'ores et déjà été déployée à Paris, Marseille, Lyon et Epieds-en-Beauce.



À bon entendeur

Selon l'ONU, **75 % des masques usagés finissent dans des décharges ou dans les océans** - et cette info n'est pas un poisson !

Sachant qu'un masque jeté dans la nature met environ 450 ans à se décomposer, il nous semble important de rappeler que les masques usagés doivent être jetés dans les containers de déchets ménagers (les poubelles grises quoi). Sinon, vous vous exposez à une **amende de 135€** pour abandon de déchets (amende probablement pas assez chère).

Si vous voulez faire encore un geste pour la planète aujourd'hui, vous pouvez aussi **planter un arbre avec le code GEOWORLD !**



LIPU MET EN ROUTE UN PROGRAMME NATIONAL D'OPTIMISATION DES TOURNÉES AVEC GEOCONCEPT

LiPU, acteur mexicain spécialisé dans le transport de personnes, a choisi de déployer les solutions Opti-Time TourSolver et Territory Manager pour optimiser les déplacements de plusieurs dizaines de milliers de passagers quotidiennement.

Le challenge de LiPU : la rationalisation de sa flotte logistique

Appartenant au groupe Traxión, leader sur le marché du transport et de la logistique au Mexique, LiPU est spécialisé dans le transport de personnes (transport scolaire, d'entreprise et de tourisme). L'entreprise dispose d'une flotte de 800 bus et minibus qui transportent chaque jour des milliers d'élèves, d'employés et de touristes sur tout le territoire.

L'appel à un prestataire externe pour optimiser ses plans de tournées a été motivé par une triple problématique :

- le développement de ses activités commerciales ;
- la réduction des coûts opérationnels ;
- la rationalisation de sa flotte en libérant des véhicules en service pour servir de nouveaux clients sans avoir à acheter davantage de bus.

Avant la mise en route du projet, il fallait deux semaines aux équipes de LiPU pour élaborer une proposition d'itinéraire à ses clients via Google Maps. Et les limites en termes de fonctionnalités étaient vite atteintes. Or pour réagir efficacement aux demandes de ses clients et gagner de nouveaux

contrats, LiPU avait besoin d'accélérer ce délai en s'appuyant sur un outil qui lui permette de réaliser de multiples simulations de tournées de manière fiable et rapide. Ces simulations aident les clients à valider les itinéraires les plus pertinents, et doivent pouvoir être facilement réajustées en cas de changement de paramètres, comme l'introduction d'un nouveau point de ramassage ou un changement d'horaire.

« *L'acheminement de personnel d'entreprise est un argument clé pour recruter des collaborateurs qualifiés au Mexique. Il s'agit même d'un service fondamental en province, où le réseau de transport public n'est pas très dense ou sûr. La demande pour le transport de personnel est donc très forte* », explique Raul Quintero, responsable logistique au sein de LiPU. « *Définir un point de ramassage peut également s'avérer complexe, quand il faut prévoir une prise en charge de nouveaux collaborateurs en ne les faisant pas marcher plus de 10 minutes pour rejoindre un point de ramassage.* »

Pour répondre efficacement à cette forte demande et assurer sur ses autres segments de marché, LiPU devait rationaliser sa flotte de bus et minibus, notamment parce qu'il n'y a pas beaucoup de véhicules de ce type disponibles au Mexique : les constructeurs spécialisés sont rares et les délais d'attente pour acquérir un véhicule sont en moyenne de 12 à 18 mois. Difficile d'être réactif avec de tels délais. La solution d'optimisation de tournées recherchée devait donc également permettre d'envisager des rotations

sur les véhicules, pouvant par exemple être affectés sur plusieurs missions dans une même journée et ainsi permettre une utilisation optimale de la flotte logistique existante.

La réponse adaptée : Opti-Time TourSolver & Territory Manager

Opti-Mobility, partenaire de GEOCONCEPT au Mexique depuis 2006, a rapidement su convaincre LiPU de la pertinence d'une offre combinant deux solutions GEOCONCEPT : Opti-Time TourSolver, solution d'optimisation de tournées et Territory Manager, logiciel de sectorisation. La démonstration des bénéfices réalisés pour d'autres acteurs du marché (30 % de réduction en moyenne des coûts opérationnels – carburant, assurance, empreinte carbone...), l'ergonomie des solutions et leurs performances ont été des éléments déterminants dans le choix de LiPU.

Le spécialiste du transport de personnes s'appuie désormais sur la solution Opti-Time TourSolver pour concevoir et exécuter facilement des plans de tournées optimaux. Grâce à ses puissants algorithmes d'optimisation, à son interface intuitive et à la prise en compte des contraintes propres aux activités de LiPU, la solution augmente la performance opérationnelle. En outre, Territory Manager permet à LiPU d'effectuer des études plus poussées d'analyse spatiale qui aident à identifier des points de rencontre, à affiner la sectorisation et à affecter des véhicules à des secteurs.



TÉMOIGNAGE

La mise en œuvre du projet a été très rapide grâce à l'intuitivité des solutions et un accompagnement personnalisé. Après plusieurs mois d'utilisation et l'ajout de nouvelles licences, une intégration approfondie dans le système d'information doit permettre d'optimiser l'ensemble du dispositif. Grâce au porteur de projet Opti-Mobility, LiPU bénéficie aujourd'hui d'un accompagnement sur mesure, incluant des solutions technologiques performantes, un service de formation personnalisé et un support dédié.

Une transformation numérique accélérée à l'échelle du groupe

Les bénéfices du déploiement des solutions GEOCONCEPT pour LiPU sont tout à fait tangibles : Il ne faut désormais plus que quelques minutes pour réaliser une simulation de tournée complexe avec Opti-Time TourSolver, au lieu de plusieurs jours voire semaines auparavant. Ces nouvelles capacités permettent aujourd'hui à LiPU de se positionner sur des appels d'offres majeurs et de travailler sur des programmes de grande envergure. LiPU a par exemple utilisé la solution Opti-Time TourSolver dans le cadre d'un projet de réorganisation des services de

transport scolaire à l'échelle d'un état mexicain. Au total, plus de 145 640 élèves répartis dans 493 écoles ont été recensés. Plus de 4 000 itinéraires optimisés ont pu être calculés en deux semaines seulement.

Si un client souhaite modifier un ou plusieurs paramètres sur un itinéraire, LiPU peut désormais recalculer instantanément un nouvel itinéraire. Ce haut niveau de réactivité est essentiel. A cause de la pandémie de COVID-19, de nombreux clients ont dû opérer des changements fréquents sur les tournées pour s'adapter aux règles sanitaires mises en place par le gouvernement mexicain (zones à éviter, personnel en télétravail, etc.). La capacité de replanifier facilement des tournées a été cruciale dans ce contexte fluctuant.

Au-delà des performances en termes de rapidité de calcul et de recalcul des tournées, c'est l'intégralité de la flotte logistique de LiPU qui est optimisée grâce aux solutions GEOCONCEPT. La rotation des véhicules sur plusieurs missions permet d'éviter le plus possible les voyages à vide, un problème récurrent en logistique. Au final, LiPU a pu réduire de plus de 20% le nombre de kilomètres parcourus sur l'ensemble de ses tournées. La sectorisation permet également de prendre en compte le point de départ du chauffeur pour réduire son temps de parcours de plus de 25 % jusqu'à la première étape de sa tournée. Les chauffeurs de bus passent ainsi moins de temps sur la route, pour un confort de travail amélioré.

Et les bénéfices s'appliquent désormais à l'échelle du groupe. Trois autres filiales du groupe Traxión utilisent désormais les solutions GEOCONCEPT : UTEP (transport scolaire et de marchandises), SETTEPI (transport scolaire en province) et MESA (messagerie).

« Les solutions GEOCONCEPT ont clairement été au service de l'accélération de la transformation numérique du groupe Traxión, permettant de renforcer sa position de leader sur un marché hautement concurrentiel », conclut Raul Quintero, responsable logistique au sein de LiPU.

LiPU en quelques chiffres :

- ▶ Création en 1997 au Mexique
- ▶ Depuis 2016 membre du groupe Traxión, première entreprise de transport et de logistique au Mexique
- ▶ Implanté dans 14 villes mexicaines
- ▶ 2 300 collaborateurs
- ▶ Plus de 800 véhicules
- ▶ Plus de 7 000 trajets quotidiens réalisés
- ▶ 250 000 personnes transportées chaque jour
- ▶ Chiffre d'affaires de 5 millions de pesos



ENTRETIEN AVEC UN UTILISATEUR DE GEOCONCEPT GIS 2021

La gamme Geoconcept GIS est parue à l'automne 2020 et plutôt que de vous en faire son panégyrique, le mieux est de donner la parole à ceux qui en parlent le mieux, les utilisateurs.

Benjamin Paul, administrateur SIG au bureau SIG du SDIS du Vaucluse et utilisateur des solutions de la gamme Geoconcept depuis 2003 a accepté de répondre à quelques questions.

Depuis quand êtes-vous passé à la version Geoconcept GIS 2021 ?

B : Le bureau SIG du SDIS a mis à jour l'ensemble des postes équipés en ce début d'année 2021. Il faut dire qu'après avoir échangé largement avec le chef de produits, j'ai été beta-testeur à l'automne.

Comment s'est passée l'installation ?

B : l'installation s'est bien déroulée mais la nouvelle authentification des licences (depuis la version 8) demande rigueur et attention. En effet, la sécurité informatique bloque le service d'authentification mais après plusieurs installations j'ai trouvé la bonne procédure désormais à suivre.

Avez-vous gardé en parallèle d'anciennes versions de Geoconcept (8.0) ?

B : nous travaillons toujours avec la version 7 mais nous allons progressivement basculer l'ensemble de nos données sur la version 2021. Nous avons fait l'impasse sur la version 8.

Quelle nouvelle fonctionnalité vous a séduit le plus ? Pourquoi ?

B : l'actualisation automatique de l'affichage, ça n'est pas grand-chose mais quel gain de temps ! Par ailleurs, pour nous qui sommes utilisateurs de la version client/serveur avec plusieurs utilisateurs sur la même base de données, la nouvelle console intégrée facilite le partage de notre structure de carte et de nos données.

Au niveau ergonomie, avez-vous vu la possibilité de masquer des onglets de visibilité, l'affichage d'une liste d'objets sans sélection.

B : oui, le masquage des onglets de visibilité va être utile dans la manipulation des cartes thématiques que nous produisons dans lesquelles les multiples onglets peuvent être rapidement fastidieux à gérer. Nous pourrions ne conserver que les résultats finaux.



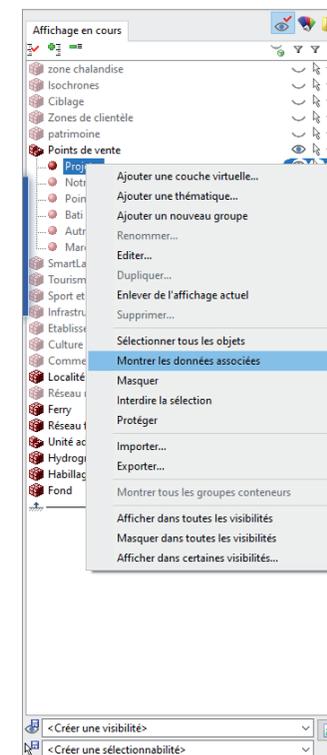
Je n'ai pas pris l'habitude d'afficher une liste d'objets sans sélection (par la fonction Montrer les données associées), mais je pense que cette fonctionnalité sera très utile pour visualiser les données attributaires des 600 000 points adresse.

Avez-vous constaté l'auto-complétion sur les noms de champs et sur les valeurs ?

B : oui, quel confort ! Sur les noms de champs, on gagne un temps appréciable. Sur les valeurs de champs, ça permet même de mettre en évidence des erreurs dans les valeurs saisies puisque la liste de choix nous facilite le contrôle.

Nous avons ajouté une notion attributaire dans la jointure topologique, l'utilisez-vous ?

B : je l'ai vu dans l'interface de la fonction mais je ne l'ai pas encore testée... J'ai compris comment ça fonctionnait, je sais où trouver cette fonction si j'en ai besoin.

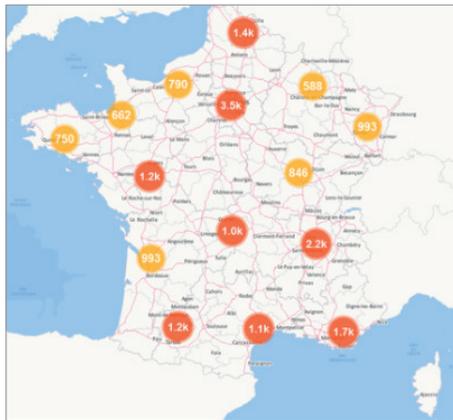


TÉMOIGNAGE

Dans les thématiques, il y a la nouvelle couche Agrégats et une nouvelle option d'actualisation des bornes. C'est utilisé au SDIS ?

B : non, nous n'avons pas encore utilisé cette nouvelle couche virtuelle Agrégats pour le moment au SDIS.

Note de l'éditeur : cette couche virtuelle mérite une attention toute particulière pour montrer d'un seul coup d'œil le nombre d'interventions sur un territoire avec ajustement systématique des données affichées en fonction des manipulations sur la carte (zoom, déplacement).



Est-ce que l'ajout de SmartLabel au produit standard vous satisfait ? Comment utilisez-vous ces couches ?

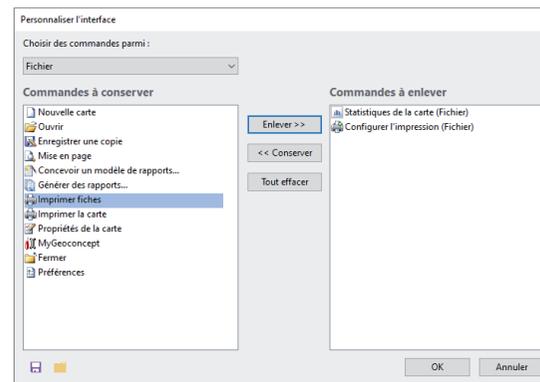
B : c'est une très bonne chose. Une vigilance va toutefois devoir être portée sur le rendu visuel différent entre la version 7 et le nouveau produit installé. A moi de faire une analyse détaillée et rendre compte au support si je constate des différences significatives gênantes.

La refonte de la mise en page répond-elle à vos attentes ?

B : l'accès direct sous forme d'onglets permet des allers-retours simples entre la carte et la mise en page. Les boutons en bas de la mise en page sont très utiles. J'espère que la prochaine version montrera encore de nombreuses améliorations.

Utilisez-vous la fonction de personnalisation de l'interface ?

B : j'utilisais déjà, depuis plusieurs versions, la barre mygeoconcept (raccourcis) qui est très utile pour gagner du temps mais je constate que je peux encore aller plus loin pour personnaliser totalement l'interface globale et choisir les fonctions et menus à supprimer de l'affichage courant.



Est-ce que l'utilisation de la zone concave apporte un plus (seule la zone convexe existait) ?

B : je ne l'ai pas encore testée mais c'est peut-être l'occasion de m'y pencher pour créer de nouvelles zones ou de nouveaux secteurs d'activité.

Note de l'éditeur : peut-être l'occasion d'utiliser une autre méthode de création de zones, de secteurs...

Est-ce que la grille nommée peut servir à générer le carroyage DFCI ?

B : notre carroyage DFCI est déjà créé au travers d'objets. Pour ceux qui ne les ont pas ou ceux qui veulent le refaire, je suis persuadé que cette fonctionnalité peut être grandement utile.

Dans la manipulation des objets, on a ajouté la rotation des objets surfaciques linéaires... est-ce utile pour vos études au SDIS ?

B : comme je suis curieux de nature, j'avoue que je testerai cette fonctionnalité en cas pratique, le moment venu.

Plus globalement, comment jugez-vous la relation avec nos services concernant la prise en compte de vos remontées et demandes d'amélioration ?

B : j'ai un bon contact avec le support. Pour le suivi des tickets dans MyGeoconcept, je préconise d'y ajouter davantage d'historique avec un résumé et non le détail de tous les mails. Seul le statut du ticket n'est pas suffisant.

Au final, sur une note de 0 à 10, comment noteriez-vous ce produit ?

B : 8/10

Benjamin Paul tient à signaler que d'ici quelques mois, l'adoption du produit sera complète ou presque, leur permettant ainsi de travailler dans un environnement pérenne.

PETIT TOUR D'HORIZON DE CERTAINES NOUVEAUTÉS DISCRÈTES DANS GEOCONCEPT 2021

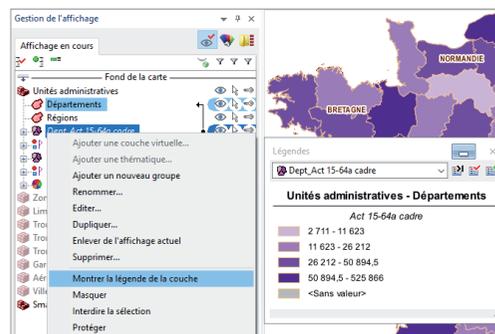
La nouvelle gamme Geoconcept 2021 est disponible depuis quelques mois et vous avez sûrement remarqué la nouvelle interface de la mise en page, l'apparition du référentiel cartographique, de la nouvelle grille nommée ou de la fonctionnalité permettant de personnaliser l'interface, parmi tant d'autres.

Mais certaines nouveautés, plus discrètes, se cachent subtilement dans l'interface. N'oubliez pas qu'elles sont également disponibles pour vous faire gagner du temps et simplifier votre travail au quotidien.

Petit tour d'horizon de quelques-unes de ces possibilités pour vous rappeler comment tirer parti au mieux de votre nouvel outil.

Dans le gestionnaire d'affichage, un clic droit sur un Type ou un Sous-type vous permet d'ouvrir une liste pour **montrer les données associées** aux objets, c'est-à-dire les champs disponibles et leurs valeurs. Contrairement à l'option déjà existante permettant de sélectionner tous les objets, celle-ci autorise la consultation rapide des données sans sélectionner au préalable les objets dans la carte, ce qui peut s'avérer parfois un peu long si le Sous-type contient beaucoup d'objets à sélectionner. Autre avantage : vous conservez votre sélection courante.

Toujours dans le gestionnaire d'affichage, un clic droit sur une couche virtuelle thématique donne la possibilité de retrouver directement la

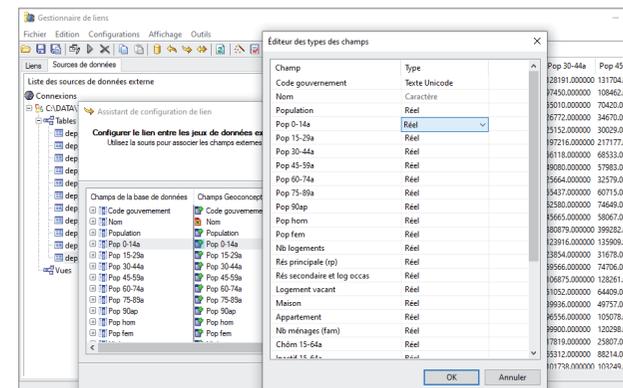


légende associée à la couche virtuelle ou l'analyse thématique en question. Plus besoin de rechercher la légende parmi toutes les autres dans la longue liste de la fenêtre correspondante.

D'ailleurs, dans la fenêtre des légendes, avez-vous bien noté le nouveau bouton qui vous permet de créer de nouvelles légendes de la carte ? Nous avons compris qu'une configuration unique de la légende de la carte ne convenait pas pour toutes les utilisations liées à l'impression des cartes ou à la génération de rapports. Vous pouvez désormais créer plusieurs légendes de la carte et personnaliser ainsi des configurations différentes afin que chacune corresponde au mieux à chaque carte imprimée !

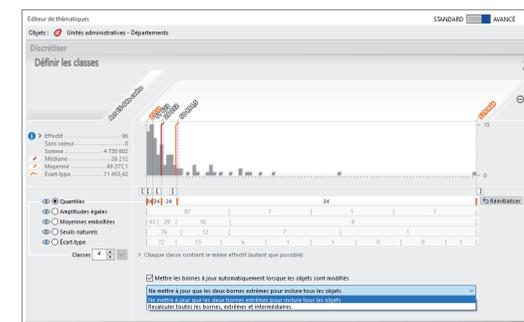
Lorsque vous importez des données, selon la source de vos données, le genre des champs créés automatiquement dans Geoconcept peut (parfois) ne pas correspondre exactement à celui que vous souhaiteriez (entier plutôt que réel, Unicode ou caractère...). Leur modification a posteriori peut causer perte de données voire nécessiter un nouvel import. A présent, dans le gestionnaire de liens, lorsque vous faites le choix des champs à importer, un clic droit vous propose une option pour définir le type des champs à créer. Ainsi, avant l'exécution du lien, vous pouvez vérifier et choisir le bon genre des nouveaux champs à créer.

Côté analyses thématiques, avez-vous remarqué la nouvelle option de mise à jour automatique



des bornes des classes d'une discrétisation ? Vous pouvez désormais choisir si vous souhaitez une mise à jour automatique des bornes lorsque les objets sont modifiés et paramétrer les critères de mise à jour. Ainsi, vous pouvez recalculer toutes les bornes extrêmes et intermédiaires, pour rééquilibrer la répartition en quantiles, par exemple. Sinon, il suffit de mettre à jour uniquement les bornes extrêmes afin de respecter des bornes intermédiaires que vous avez définies. Lorsque de nouveaux objets ou de nouvelles valeurs extrêmes sont intégrés dans votre carte, cette option permet tout de même d'inclure lesdits objets dans les classes dans les analyses thématiques s'adaptent sur mesure aux données qui évoluent fréquemment !

Ouvrez l'œil, dans Geoconcept 2021 d'autres nouveautés se cachent par ci par là, toujours dans le but d'améliorer votre expérience au quotidien !



GEOCONCEPT WEB PARTICIPE À LA LUTTE CONTRE L'EXPANSION DES PSITTACULA KRAMERITAHITI

Signalées près des aéroports d'Orly et de Roissy, par lesquels elles sont probablement arrivées, les perruches à collier (*Psittacula krameri*) possèdent un plumage à prédominance vert et un cri distinctif. Espèce considérée comme invasive, la surveillance de sa prolifération a été confiée à l'Office de Lutte Contre les Espèces Invasives (OLCEI). Les chercheurs de l'OLCEI, après plusieurs années d'observation et de recherche ont mis au point un algorithme qui couplé à des patterns d'intelligence artificielle, permet de suivre les déplacements de chacun de ces oiseaux en temps réel.

Le temps réel n'est pas anodin, car il permet de prévenir les maires et leurs administrés de l'arrivée de ces volatiles particulièrement bruyants et indéliques afin d'anticiper leurs nuisances au plus tôt. Ainsi la répartition de précisément 15 675 perruches à collier en Ile de France est scrutée à la loupe dans les cartes publiées sur le site de l'OLCEI avec la technologie Geoconcept Web. En effet Geoconcept Web autorise la diffusion des couches au format WMTS construites avec

les données de localisation des perruches et de les combiner avec d'autres webmaps (Géoportail, HERE, ...) pour construire des portails à destination du plus grand nombre. De nombreux outils sont à la disposition des chercheurs pour étayer leurs études : calcul de zones à 1 km à vol d'oiseau autour des points d'observation, calcul d'itinéraires pour collecter au plus vite les données statistiques recensées, système de post-it et d'annotation à saisir directement à chaud sur la carte en fonction des critères observés... autant de fonctionnalités positionnées sur le portail construit via le Designer sans oublier l'outil de publication de rapports pour diffuser l'information au reste de la communauté scientifique.

L'étape suivante pour l'OLCEI est d'adapter ses outils d'une part au milieu aquatique pour la surveillance de l'écrevisse américaine (*Orconectes limosus*) et d'autre part à optimiser l'usage de ses serveurs afin d'être en mesure de pister l'ensemble des frelons asiatiques (*Vespa velutina*) sur le territoire.



Exemple de Webmaps dans Geoconcept Web, de haut en bas et de gauche à droite : Répartition *Psittacula krameri* © OLCEI, Panneaux poids lourds © HERE, Vue aérienne © HERE, Trafic temps réels © HERE

OUVERTURE DU PARCOURS OPTI-TIME ACADEMY



Nous savons que la formation est une clé importante dans la réussite de la conduite du changement. C'est pourquoi GEOCONCEPT accompagne ses solutions d'outils complémentaires pour favoriser l'adoption digitale.

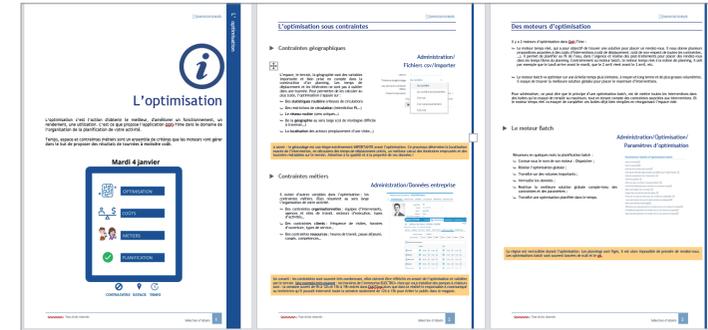
D'abord, en ce début d'année, un **parcours de formation à distance** qui tombe à pic avec les nouvelles conditions de télétravail a été ouvert ! Ce parcours vient compléter l'offre d'accompagnement déjà en place et participe à la réussite des projets avec les équipes de GEOCONCEPT ou nos partenaires qui trouveront ici toute la matière nécessaire à démarrer de beaux projets d'optimisation. Effectivement, avant même d'ouvrir l'application Opti-Time Field Service, les utilisateurs, tous profils confondus vont pouvoir acquérir une vision très large à la fois de la palette de fonctionnalités, des interfaces, des modules qu'offre la solution mais aussi une vision des problématiques, des acteurs et des rôles autour d'une application d'optimisation. À travers des vidéos, des présentations, des mises en scènes simples et interactives, l'apprenant pourra **comprendre des concepts parfois**

complexes. Enfin, des quiz viennent ponctuer les séances d'apprentissage, permettre aux apprenants de tester leurs connaissances et valider leurs acquis.

Ce matériel va servir les équipes de projets qui vous sont dédiées (consultants, formateurs, chefs de projet) pour prendre le relais lors des ateliers nécessaires à la mise en place de l'application afin de consolider et confirmer les connaissances et surtout avancer avec vous sur des bases communes partagées ! Quel temps gagné !

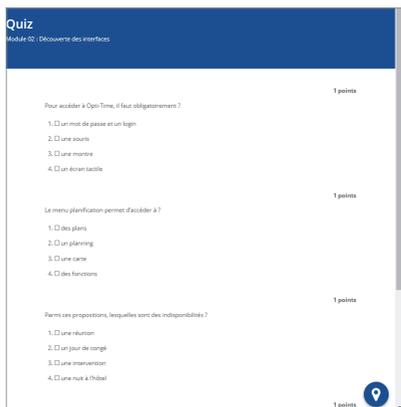
Autre instrument d'adoption digitale : une fois dans l'application, vous aurez le plaisir de retrouver la bibliothèque d'aides, enrichie de nouveaux guides pour continuer à emmagasiner de nouvelles connaissances !

Multiplier les supports, les moments et les façons d'apprendre sont autant de variables qui feront adhérer l'utilisateur à une nouvelle application !



Enfin, nous n'avons pas oublié l'aspect ludique largement prôné désormais avec de la gamification (Cf. article du même numéro : **Gamification, pourquoi faire ?**). Vous avez pu voir en décembre, des boules de Noël cachées un peu partout dans l'application vous invitant à découvrir les guides qui se cachaient derrière... les fonctionnalités nouvelles qui méritent votre attention.

Un nouveau jeu se profile à l'horizon... gardez un œil ouvert sur votre application Opti-Time Field Service.



GAMIFICATION, POURQUOI FAIRE ?

De quoi s'agit-il ?

Derrière ce terme, pour lequel on peut préférer l'équivalent français de «**ludification**» se cache un concept popularisé à partir de 2010 : l'utilisation des mécanismes du jeu dans le but d'améliorer de façon motivante l'apprentissage ou l'acceptabilité d'un outil ou d'une situation (exemple : dans le cadre typique d'une conduite du changement).

Dans notre métier d'éditeur de logiciels, il s'agit de façon ludique de faciliter l'adoption de nos applications par l'utilisateur en le rendant rapidement autonome et en limitant son recours au support technique. Chez GEOCONCEPT, c'est par le biais de la plateforme d'adoption digitale intégrée WalkMe (Cf Hello Geoworld n°62) disponible dans les applications SaaS des gammes d'optimisation que peut se tenter l'aventure de la gamification.

Pour une expérience utilisateur différente

WalkMe propose de façon standard un ensemble de guides pas-à-pas pertinents et efficaces organisés en familles et accessible via un éditeur peu intrusif. Mais souhaitez-vous aller plus loin et changer le regard de vos utilisateurs sur l'objectif à atteindre et la façon d'y arriver ?

Pour motiver ces utilisateurs d'applications GEOCONCEPT sur l'apprentissage de nos solutions qui font leur quotidien ou sur la mise en place ou l'évolution de process spécifiques dans nos outils, pourquoi ne pas mettre en place **VOTRE chasse au trésor** qui entraînera l'apprenti pirate d'écrans en écrans, afin de découvrir des indices cachés et par la même occasion, sans en avoir l'air, s'approprier votre nouveau process de prise de rendez-vous ?

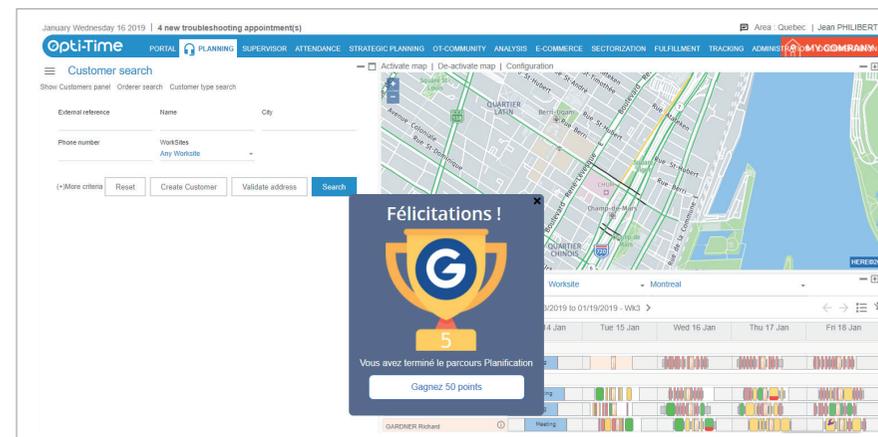
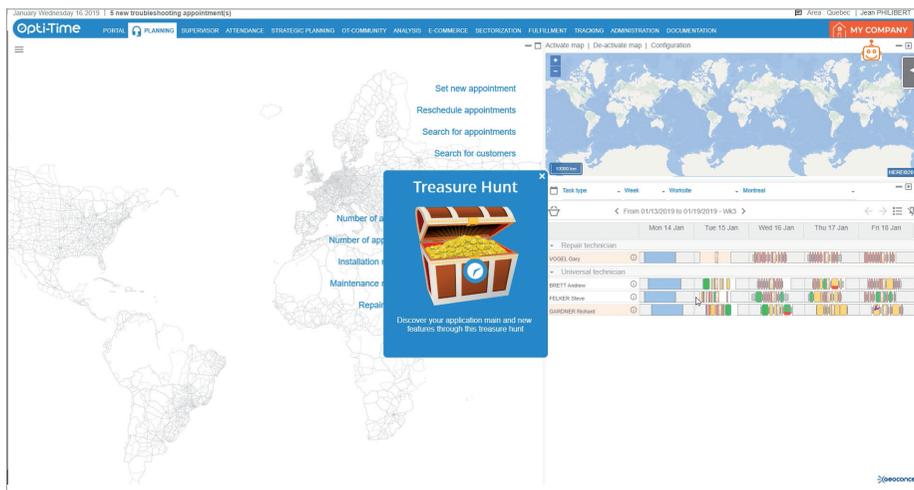
De même, pourquoi ne pas proposer un parcours de formation jalonné de récompenses ? Spécifique à votre

activité, composé de guides pas-à-pas personnalisés et attractifs, il peut être particulièrement engageant et plaisant pour l'utilisateur **d'apprendre tout en s'amusant**.

GEOCONCEPT à votre écoute

Dans toute métamorphose, révolution ou adaptation de process dans un environnement professionnel, la conduite du changement peut être grandement facilitée par ces concepts de ludification. Obtenir des utilisateurs des solutions GEOCONCEPT des comportements actifs et impliqués sur de l'apprentissage ou de l'adoption de process qui pourraient apparaître comme ennuyeux, rebutant ou sans intérêts en est l'objectif.

Qui mieux que vous savez comment atteindre cet objectif pour vos collaborateurs et qui mieux que GEOCONCEPT peut vous accompagner dans la réalisation de celui-ci ?



PRODUITS

L'UX & LE DESIGN THINKING CHEZ GEOCONCEPT

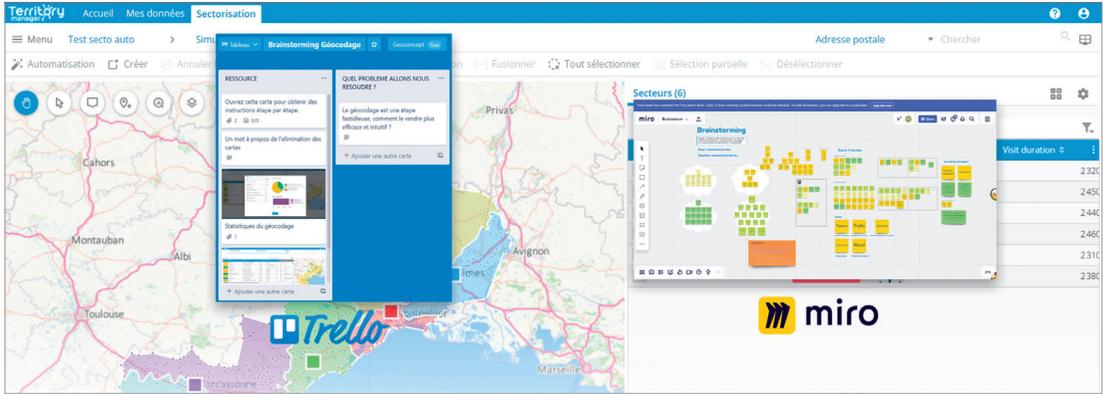
Dans les coulisses de fabrication des solutions GEOCONCEPT, nous vous donnons à comprendre une méthode de travail qui permet d'aboutir à l'application que vous utilisez au quotidien.

Les étapes du Design Thinking



Réitération des différents cycles

Il est nécessaire de réitérer les différentes étapes du Design Thinking afin de toujours placer en premier lieu l'avis des utilisateurs. Si certaines étapes ne conviennent pas (ou plus), il est important de recommencer en prenant en compte les remarques d'utilisateurs. Le but est de recommencer les différentes étapes jusqu'à ce que l'utilisateur soit satisfait.



Phase d'idéation

La phase d'idéation consiste à réunir un maximum d'idées, en utilisant différents outils collaboratifs tels que Trello ou Miro au cours d'ateliers comme le brainstorming. Lorsqu'un maximum d'idées est

trouvé, nous les trions en fonction des besoins et nous concentrons sur les éléments retenus grâce auxquels nous pouvons élaborer une solution, qui sera ensuite prototypée.



Phase de prototypage

La phase de de prototypage est souvent la phase la plus longue car elle consiste à mettre en œuvre la solution finale. Toutefois, avant d'arriver à la solution finale, différentes étapes sont cruciales comme la construction de **maquette basse fidélité** qui permet

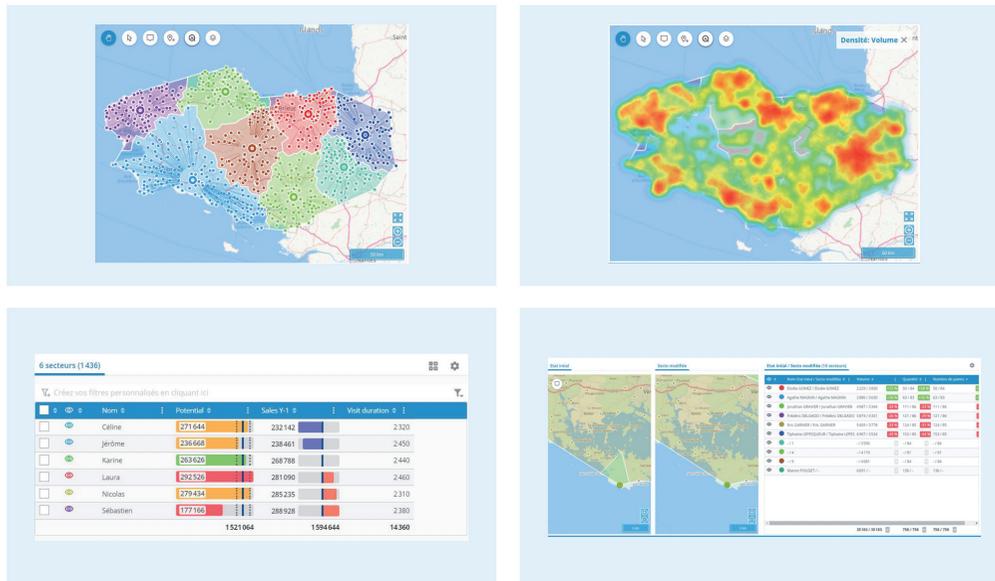
de se concentrer sur les éléments principaux. Lorsqu'un accord est trouvé sur les bases, nous abordons une version plus poussée et détaillée. Avec cette maquette, on réalise différents tests pour s'assurer que la solution construite répond bien aux besoins initiaux.

TERRITORY MANAGER – 8 RAISONS DE PASSER À LA VERSION CLOUD

C'est en prenant largement modèle sur Territory Manager for Geoconcept que Territory Manager a vu le jour en 2017 dans sa version cloud.

Le but : en faire un outil hautement intuitif à mettre au service des multiples métiers concernés par le découpage sectoriel et non professionnels de l'analyse spatiale.

Le résultat : une application « user-friendly » qui profite de l'expérience acquise sur son aînée de près de 20 ans et des méthodes UX employées.



- 1 Pas d'installation nécessaire, accès à tous les fonds de carte, les graphes routiers et tables de géocodage au niveau mondial.
- 2 Une prise en main facilitée, et accessible à des utilisateurs qui ne sont pas des spécialistes des Systèmes d'Informations Géographiques.
- 3 Une visualisation ergonomique des déséquilibres des différents indicateurs.
- 4 Une proposition par l'algorithme d'un équilibrage sur la charge de travail (durée de visite et temps de trajets cumulés).
- 5 Des analyses préparées à afficher (flux, barycentres, cartes de chaleur) pour une meilleure compréhension des données importées.
- 6 Des modifications manuelles accessibles à chaque instant et intuitives.
- 7 Un outil de comparaison de 2 simulations, qui met en évidence les différences géographiques et les % de différences d'une simulation à l'autre.
- 8 Des facilités de partage des résultats (exports dynamiques de cartes et données Excel, mise à disposition d'un Viewer).

HUFF AU SERVICE DU GÉOMARKETING

Le géomarketing consiste à mobiliser des techniques de modélisation, d'analyse et de représentation spatiale de données pour développer des stratégies commerciales et marketing efficaces. La force de ces techniques est de faciliter la prise de décision. Le géomarketing est avant tout une discipline visant à analyser et comprendre pour prendre des décisions appropriées, conciliant vos objectifs stratégiques et les réalités territoriales.

Chaque entreprise souhaite s'implanter et se développer au plus près de la population qu'elle désire conquérir en vue de prospérer voire d'étendre son réseau de points de vente.

Le modèle de Huff est un modèle utilisé dans l'étude prévisionnelle des zones de chalandise qui permet de calculer la probabilité qu'un individu soit client d'un point de vente en fonction de son éloignement dudit point de vente et de l'attractivité des points de vente concurrents pris en compte.

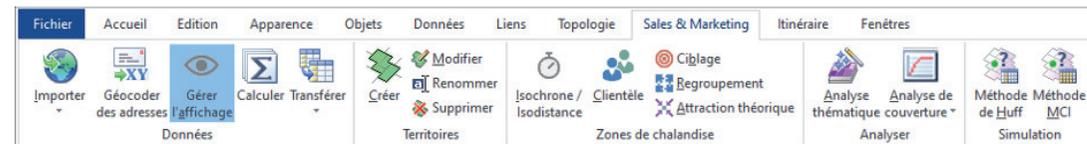
Il a été formulé par analogie avec la **loi de la gravitation universelle de Newton**. En 1674, Isaac Newton décrit la gravitation comme une force responsable de l'attraction entre des corps ayant une masse. Il met alors en relation les mouvements des corps célestes avec leur masse et leurs éloignements aux autres corps célestes : deux corps s'attirent en raison directe de leur masse et en raison inverse de la distance qui les sépare.

C'est ainsi que le modèle de Huff repose sur :

- l'attractivité qui est mesurée par une donnée statistique (surface de vente, nombre de places de stationnement...);
- l'accessibilité qui est mesurée par la distance séparant plusieurs points les uns par rapport aux autres.

Le modèle de Huff chez GEOCONCEPT

Geoconcept GIS Sales & Marketing propose un module **Simulation** exploitant le modèle de Huff.



Plusieurs étapes préliminaires sont réalisées avant de pouvoir exploiter la fonction **Méthode de Huff** de ce nouveau module **Simulation**.

- Recenser et localiser l'ensemble des points de vente de l'offre considérée ;
- Définir pour chacun une valeur permettant de mesurer son attractivité telle que la surface commerciale totale.

Sales & Marketing propose ensuite au choix :

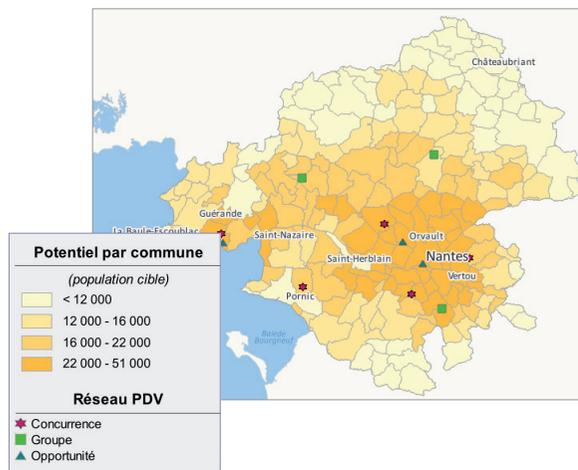
- de vérifier l'existence de zones à fort potentiel non exploitées ;
- de tester la pertinence d'un nouvel emplacement ;
- de mesurer l'impact d'une ouverture sur les points de vente existants.



PRODUITS

Existe-t-il des zones à fort potentiel ?

L'utilisation du modèle de Huff permet d'associer pour chaque unité géographique un potentiel disponible compte tenu de l'offre existante. À l'aide d'une représentation cartographique de ce résultat, l'utilisateur voit s'il est pertinent d'étendre son réseau. Et, si oui, il identifie la ou les unités géographiques où c'est le plus judicieux de le faire.

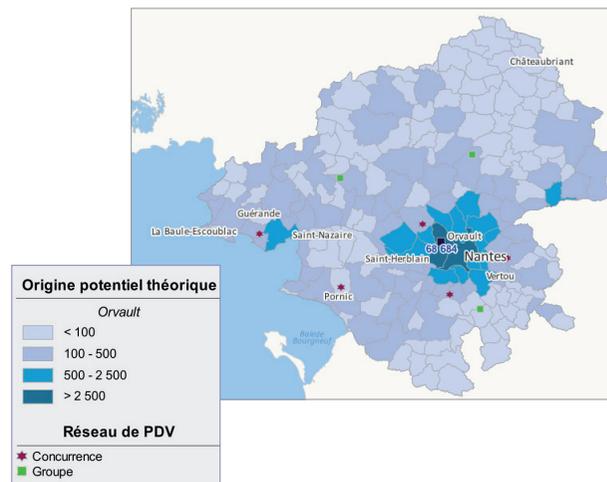


Évaluer la pertinence d'un nouveau site

Sales & Marketing quantifie le potentiel que le nouvel emplacement est en mesure de capter compte tenu de son attractivité et de sa distance aux autres points de vente.

Lorsque plusieurs opportunités immobilières existent, il est possible de tester et de quantifier le potentiel théorique de chacune pour sélectionner l'emplacement optimal.

Une nouvelle valeur calculée par Sales & Marketing quantifie et localise l'origine du potentiel théorique capté par ce nouvel emplacement.



Combiner l'utilisation de modèles statistiques rigoureux avec des modes de représentation percutants et efficaces permettent de faciliter et de fiabiliser vos prises de décision.

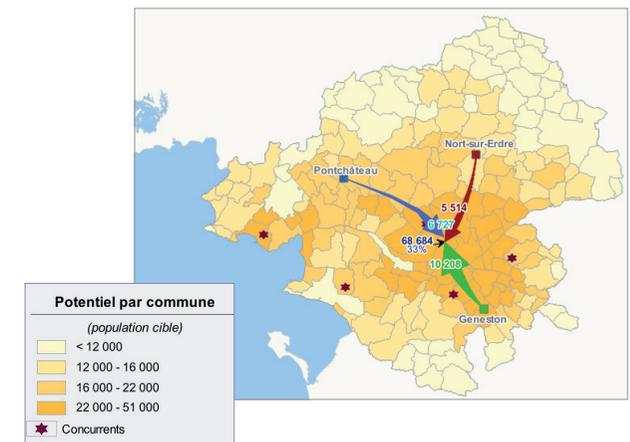
Sales & Marketing, le logiciel qui combine :

- L'intégration et la visualisation de vos données ;
- La mise à disposition de traitements d'analyses statistiques et/ou spatiales ;

Mesurer l'impact sur les points de vente existants

Autre variante : la possibilité de mesurer l'impact que l'ouverture d'un nouveau point de vente a sur les performances des points de vente existants. Sales & Marketing quantifie le potentiel capté auprès de chaque point de vente constituant l'offre existante.

Il est ainsi possible de distinguer la part du potentiel relative à de la cannibalisation auprès des points de vente de son enseigne et celle relative à de la conquête de marché.



- La mise à disposition de plusieurs modes de représentation de vos données et de leurs analyses.

La fonction Méthode de Huff est associée à la fonction Méthode MCI que nous aurons le plaisir de vous présenter lors de la parution d'un prochain HelloGeoworld.

OPTI-TIME FIELD SERVICE 2021 PERMET UNE GESTION ÉTENDUE DES ASTREINTES

Les sociétés du Field Service peuvent faire face à certaines situations exceptionnelles (urgences de nuit ou le weekend par exemple) nécessitant la mise à disposition de certaines ressources auprès de leurs clients. On parle alors d'astreintes pour ces périodes d'organisation spécifique (disponibilités et localisations des ressources différentes de celles durant les périodes ouvrées) au cours desquelles des informations essentielles (personnes à contacter) doivent permettre des réponses rapides et adaptées à la situation. Pour répondre à ce besoin, Opti-Time Field Service 2021 intègre des fonctionnalités pour une **gestion complète des astreintes**.

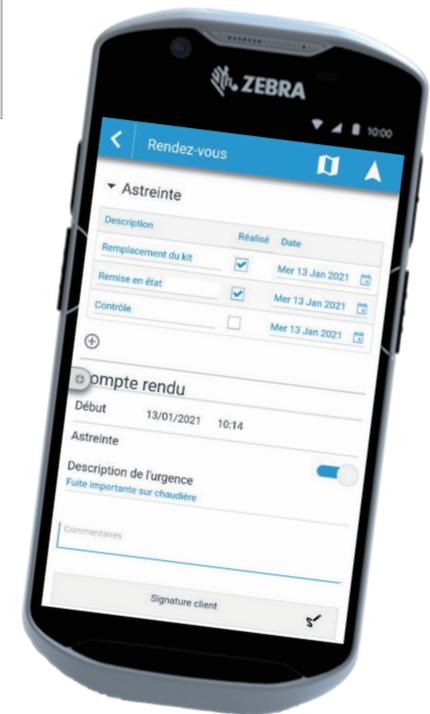
Tout d'abord, l'affectation et la **visualisation des jours et semaines d'astreintes dans le planning des ressources** (techniciens et managers) permet de s'assurer du bon nombre de ressources en astreinte chaque semaine. Ces fonctionnalités sont désormais renforcées par de nouveaux secteurs d'astreintes, afin d'organiser son territoire d'intervention sans disperser les ressources disponibles.

De plus, une interface dédiée permet de retrouver et d'afficher rapidement toutes les informations nécessaires en cas d'intervention urgente chez un client (technicien et manager en astreinte au moment de la recherche, disponibilité des planificateurs, contacts privilégiés du secteur et du client). Efficace et rapide, cette interface permet de retrouver toutes les informations utiles sur une seule page à partir d'une simple référence client.

Entref	Badge	nom	Assignment level	Duty/Type sector association	Telephone	Telephone 2	Start date time	End date time	Duty	Duty day type	Duty week type	Duty sector
HR_012	AAAAZ0010	BRETT Andrew	1	Technicien	666.5441	555.7444	13/01/2021 à 17:00	13/01/2021 à 23:59	Duty_0000009_20210113-1633	H24	247	ONCALLDUTY_SECTOR_1
HR_002	AAAAZ0002	FELKER Steve	2	Technicien	666.8777	0606000000	13/01/2021 à 15:30	13/01/2021 à 23:59	Duty_0000016_20210113-1634	H24	247	ONCALLDUTY_SECTOR_1
HR_009	AAAAZ0007	GAUTIER Marc	1	Manager	666.3335	555.2477	13/01/2021 à 15:30	13/01/2021 à 23:59	Duty_0000023_20210113-1731	H24	247_MGR	ONCALLDUTY_SECTOR_1

Enfin, cette interface invoque des Webservices spécifiquement développés pour l'implémentation d'un service de gestion des astreintes. Elle peut facilement être déployée auprès des utilisateurs internes ou bien mise à disposition d'un utilisateur externe, par exemple un sous-traitant chargé de prendre en charge les appels entrants des clients pendant les heures non ouvrées et de trouver rapidement le technicien disponible ce jour-là.

Le technicien pourra alors utiliser son application Opti-Time Mobile dont la **fonctionnalité de compte-rendu des interventions** a été enrichie et améliorée avec une nouvelle configuration pour personnaliser un tableau de suivi de réalisation des tâches.





Connectez-vous sur www.mygeoconcept.com

Contact : Christine Daniaud-Galet / hellogeworld@geoconcept.com

