

Système d'information géographique : L'avènement des données planétaires

DANS UN MONDE OÙ L'IMAGE OCCUPE UNE PLACE SANS CESSER D'ACCROître, L'INFORMATION GÉOGRAPHIQUE DEVIENT UN ÉLÉMENT INCONTOURNABLE DE NOS VIES TANT PERSONNELLES QUE PROFESSIONNELLES. UN DÉFI À RELEVER POUR LES PROFESSIONNELS DE CE MARCHÉ EN DEVENIR.



Prévisions météorologiques, cartographie, urbanisme, géolocalisation, guidage, assistance aux secours, cadastre, tourisme, agriculture, etc. la liste des applications qui ont contribué à créer un marché pour les SIG (Système d'Information Géographique) est longue et s'enrichit chaque jour de nouveaux items. Acquérir, organiser, traiter, analyser et diffuser ces informations qu'on qualifie de géospatiales, tels sont les métiers qui découlent de la géomatique, c'est-à-dire l'ensemble des outils et procédures permettant la représentation ainsi que

l'étude de phénomènes spatiaux grâce à des données géographiques. Derrière la prouesse technologique certaine et l'innovation se trouve aussi une réalité économique. Estimé à plus de 5 milliards de dollars, le marché mondial des SIG ralentit sa croissance effrénée à 2 chiffres mais demeure particulièrement dynamique, puisqu'à l'horizon 2015, on table sur un chiffre d'affaires du secteur s'élevant à 10,6 milliards de dollars. Pour comprendre l'ampleur du volume de données que cela recouvre et en saisir la complexité, il suffit d'appréhender ce que représente le nombre et

la taille des images générées par 2 satellites tels que Spot 4 et 5. Ce ne sont pas moins de 150 000 images planétaires prises chaque mois, pesant chacune 1 à 2 Go. Un chiffre qui permet de mesurer les moyens nécessaires pour acquérir ces données mais aussi ceux nécessaires au stockage des archives, c'est-à-dire 20 millions d'images générées en un peu moins de 30 ans

Le défi de l'accès aux données

Ainsi SGI rime vite avec «Big Data» : une explosion de la quantité de données qu'il faut traiter, stocker et utiliser. Et ce

gigantisme est l'un des défis auxquels sont confrontés les professionnels pour développer le marché : comment aider les utilisateurs à faire face à cette nouvelle façon de travailler. Des technologies telles que le Cloud Computing apportent des éléments de réponse puisque le Cloud permet d'éviter une surcharge d'investissements matériels nécessaires aux données de type cartographique ou géospatiale.

Un autre défi pour les professionnels consiste à ouvrir de nouvelles voies applicatives rentables pour cette économie. Dans ce domaine, tout ●●●

GEOCONCEPT

lance le « Geoptimization System »

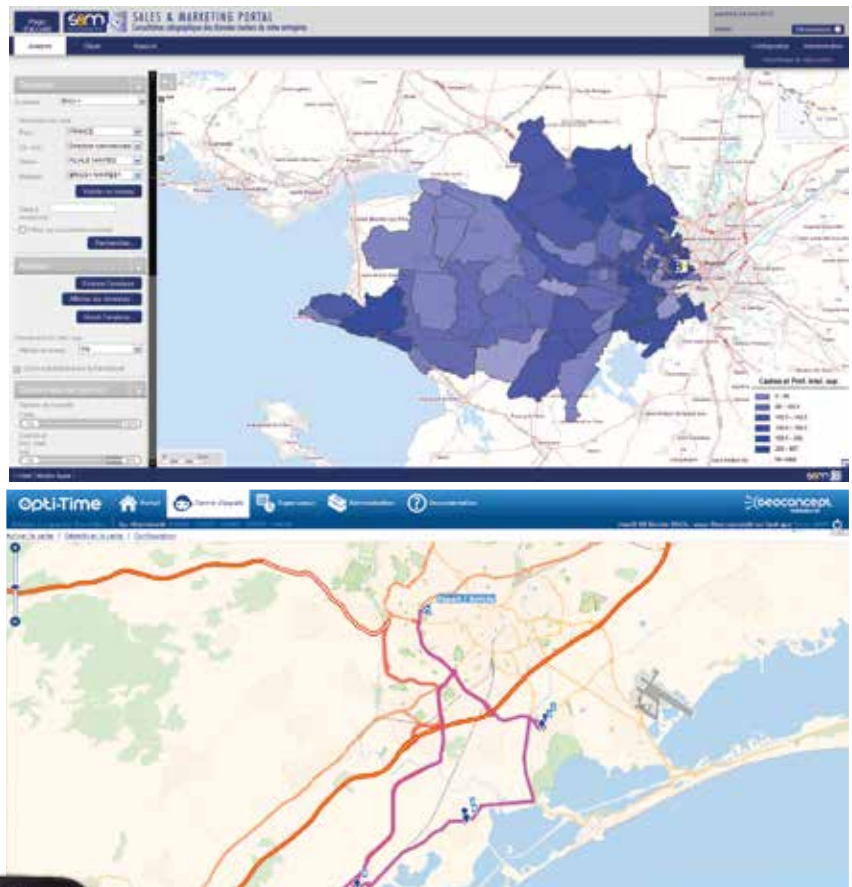
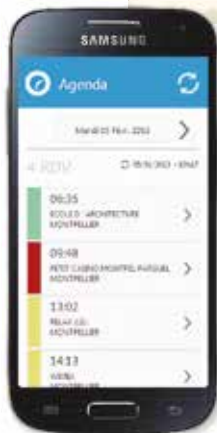
Dépasser l'information géographique pour la rendre accessible et utile à tous les niveaux de l'entreprise, le Geoptimization System de GEOCONCEPT change la donne sur le marché des SIG.

Définir la meilleure implantation pour un point de vente, optimiser la tournée des équipes de maintenance, simplifier la logistique et la livraison, analyser les performances d'une force de ventes, pour ces domaines et bien d'autres encore, tout part de l'information géographique initiale. Encore faut-il aller au-delà de cette donnée de base pour la rendre accessible et surtout exploitable dans les entreprises. C'est ce que propose le Geoptimization System de GEOCONCEPT. « Notre solution ajoute une nouvelle dimension à l'information géographique, il s'agit véritablement de manipuler une interface métier par la carte selon les critères et besoins de différents départements dans une même structure », indique Didier Robert, DGA de GEOCONCEPT. En combinant l'information géographique avec des outils d'optimisation, GEOCONCEPT optimise des activités par l'intégration intelligente de l'information géographique dans les systèmes.

Diffuser l'information

La particularité de GEOCONCEPT tient à sa double expertise : la maîtrise des données géographiques et une capacité à les rendre accessible au travers de solutions métiers. « Au départ, nous avons construit notre groupe autour de l'acquisition et de la qualité de l'information géographique », poursuit Didier Robert « nous avons travaillé pour de grands acteurs comme l'IGN, les brigades de sapeurs-pompiers, des collectivités locales, etc. Désormais nous ajoutons une brique supplémentaire à nos compétences initiales ».

Ainsi lorsque Schneider Electric fait appel au Geoptimization System, l'information géographique telle que repensée par GEOCONCEPT devient un avantage concurrentiel : avec la solution développée, les techniciens de maintenance sont maintenant capables de répondre dans de meilleurs délais d'intervention. Un point fort essentiel



pour une entreprise qui réalise des interventions d'urgence. Géomarketing, gestion territoriale, urgence ou gestion des forces mobiles (commerciaux, techniciens, livreurs), tels sont les domaines d'application de la société. Toujours à l'avant-garde, GEOCONCEPT conçoit des solutions innovantes qui améliorent en profondeur l'efficacité des entreprises et des organisations.

Propriétaire de son propre Système d'Information Géographique (SIG), le groupe se positionne aujourd'hui parmi les leaders mondiaux dans les données et applications d'information et d'optimisation cartographique pour les entreprises et les organismes publics. En 2012, GEOCONCEPT a réalisé un CA de plus de 12 M d'€, avec une croissance fortement positive. Aujourd'hui, le groupe compte plus de 10 000 références clients répartis dans plus de 30 pays, et un parc installé de plus de 105 000 licences.

La société est en plein développement avec notamment l'ouverture de filiales à l'international, de nouveaux clients comme : Pernod Ricard, Bureau Veritas, Loterie Belge, Havas, Carrefour, Cristal Union, La Bred, Quick France...



Tél. +33 [0]1 72 74 76 78
welcome@geoconcept.com
www.geoconcept.com