



## &gt; LES SECTEURS PORTEURS

# Des informaticiens tout terrain pour l'e-tourisme

Secteur en forte croissance, l'e-tourisme a besoin de profils polyvalents associant compétences en technologies Web et connaissance du terrain.

**« B**ienvie à ceux qui veulent sortir de leur bulle informatique », avance l'expert en e-tourisme Guy Raffour, créateur du cabinet de conseil Raffour Interactif. A l'image des « forfaits dynamiques » (les séjours sur mesure) qui, en 2005, ont redonné du souffle (et une meilleure marge) aux vendeurs de voyages en ligne, l'embauche d'informaticiens du secteur de l'e-tourisme répond plus que jamais à deux critères majeurs : la réactivité et la polyvalence.

Compte tenu de la concentration des acteurs qui s'est opérée ces dernières années, globalisation aidant, les centres de conception-développement qui recrutent sont pour la plupart installés outre-Manche. Les centres de Levallois et de Nantes du

leader français de l'e-commerce, Voyages-sncf.com, de même que ceux d'Amadeus (à Sophia-Antipolis) ou d'Air France font donc figure d'exception.

Une chance pour Geoffroy Fourgeaud, DRH de la filiale spécialisée de la SNCF, qui, sur la lancée des 45 % de croissance de l'effectif d'informaticiens en 2005, planifie trente recrutements supplémentaires en 2006. « La couche applicative développée pour la distribution sur Internet, interfacée avec le système Résarail de la SNCF, peut intéresser d'autres acteurs du rail », précise ce DRH. L'augmentation des effectifs s'explique en partie par l'orientation stratégique engagée, avec la vente de produits logiciels packagés pour ce milieu. » Et d'ajouter : « Au-delà de la familiarité avec les technologies Web, nous veillons à l'intérêt que doit porter l'équipe

(du développeur J2EE au spécialiste des bases de données en passant par l'intégrateur-testeur et l'administrateur réseau) aux évolutions des mécanismes de la réservation ferroviaire. »

## Profil hybride

Autre type de poste misant plus encore sur la polyvalence : la gestion du contenu. Un domaine qui, pour Pierre Alzon, PDG de Lastminute France (300 personnes en France, dont une douzaine rattachée à l'informatique), « est l'affaire de profils hybrides, techno férus de marketing ». Vente en temps réel, offre extrêmement changeante de produits touristiques, périssables par nature : « Pour ces personnels qui veillent aux moyens d'établir des inter-relations entre bases de données de tout genre, la compréhension du milieu du tourisme, traditionnel ou en ligne, est essentielle », insiste Guy Raffour.

L'activisme des chaînes hôtelières et des voyagistes, qui visent à agréger leurs offres en ligne et à interfaçer ce mode de distribution avec leurs systèmes de gestion, suscite un autre appel à compétences. « Plutôt pour des profils de chef d'orchestre », précise Guy Raffour.

Reste enfin la nuée de petits prestataires informatiques qui contribuent à éduquer les acteurs du marché encore peu au fait des nouveaux usages liés aux NTIC. Telles les sociétés Alliance Réseaux (25 personnes) ou Xsalto (14 personnes), qui ont développé une offre sur mesure respectivement pour les centrales de réservation (offices, délégations départementales et régionales du tourisme) et les stations de ski. « Nous devons conseiller les clients, gestionnaires d'hôtels ou de stations, y compris sur l'évolution de leur métier », confirme Renaud Zigmann, directeur-gérant de Xsalto.

C'est pourquoi, ajoute Gianni Ragona, directeur général d'Alliance Réseaux, « il faut au moins trois mois aux développeurs recrutés sur leur technicité et leur compétences en XML ou .Net pour acquérir la connaissance du terrain qui les rend vraiment opérationnels ». ■

ANNE-MARIE ROUZERÉ  
lmicarrieres@idg.fr

## CHIFFRES CLÉS

**+41 %**

C'est la croissance du chiffre d'affaires de l'e-tourisme en France entre septembre 2004 et septembre 2005.

SOURCE : PANEL FEVAD

**56 %**

C'est la proportion des acheteurs français en ligne qui, en 2005, ont réservé un produit touristique.

SOURCE : TNS-SOFRES

**24 %**

C'est la proportion des billets d'avion vendus en ligne en Europe, contre 63 % aux Etats-Unis.

SOURCE : AIRLINE IT TRENDS 2005, SITA

## EN SAVOIR PLUS

[www.tourisme.gouv.fr](http://www.tourisme.gouv.fr)  
Rapport sur l'e-tourisme interactif de 2003, et étude de suivi en 2004.

## Portrait

**ALEXANDRA SORENTINO CONTRIBUE À L'ÉVOLUTION** des applications de réservation en ligne, au sein de l'équipe de développement de Voyages-sncf.com. « Les projets de la petite SSII qui m'avait embauchée à la sortie de l'école n'étaient pas orientés vers les technologies Web », regrette cette diplômée de l'Esil, école d'ingénieurs marseillaise. Qui, du coup, a rejoint, fin mars 2004, la filiale de la SNCF (70 informaticiens sur un effectif total de 150 personnes, en croissance de 45 % en 2005) en tant que développeur junior.

**CETTE IMMERSION DANS LE GÉNIE LOGICIEL** de construction de sites en ligne lui a donné le goût de comprendre les règles métier qui guident la démarche. Et de citer « le vocabulaire, les spécificités, les contraintes, le marketing de la réservation ferroviaire ». Une formation de cinq jours (dispensée à tout collaborateur de Voyages-sncf.com) y a pourvu. « Avant le cursus ingénieur, j'avais préparé un DUT spécialité réseaux à l'IUT de Nice. Sur le plan technique, j'avais le profil pour débuter par le développement et m'orienter ensuite vers le fonctionnel. »



MARC GUILLAUMOT

**ALEXANDRA SORENTINO,**  
DÉVELOPPEUR CHEZ VOYAGES-SNCF.COM

**« LE SUIVI D'UN PROCESSUS EN FONCTION D'IMPÉRATIFS MÉTIER** comporte un aspect relationnel qui m'intéresse. Et qui fait écho à la réactivité et aux capacités d'adaptation que l'on attend d'un développeur », commente Alexandra Sorentino. Si tout va bien, en septembre 2006, les postes ouverts du côté de l'analyse fonctionnelle par son employeur lui permettront de franchir le pas vers plus de responsabilité et, éventuellement, la conduite de projet.