

CSC

ÉTUDE
DE CAS

FNACMUSIC

RÉINVENTE LE TÉLÉCHARGEMENT MUSICAL



WWW.CSC.FR/CLIENTS

SOUHAITANT S'IMPOSER EN TANT QU'ACTEUR DE RÉFÉRENCE SUR LE MARCHÉ
NAISSANT DU TÉLÉCHARGEMENT MUSICAL, LA FNAC A FAIT APPEL À CSC POUR
L'AIDER À VALIDER SON APPROCHE, PUIS À ASSUMER LE RÔLE DE MAÎTRE D'OEUVRE
ET D'ASSISTANT À MAÎTRISE D'OUVRAGE DU PROJET FNACMUSIC.



FNACMUSIC

RÉINVENTE LE TÉLÉCHARGEMENT MUSICAL

SOUHAITANT S'IMPOSER EN TANT QU'ACTEUR DE RÉFÉRENCE SUR LE MARCHÉ
NAISSANT DU TÉLÉCHARGEMENT MUSICAL, LA FNAC A FAIT APPEL À CSC POUR
L'AIDER À VALIDER SON APPROCHE, PUIS À ASSUMER LE RÔLE DE MAÎTRE D'OEUVRE
ET D'ASSISTANT À MAÎTRISE D'OUVRAGE DU PROJET FNACMUSIC.

Lancée en septembre 2004, la nouvelle plateforme musicale du distributeur se distingue par une vraie synergie avec les magasins de l'enseigne et une qualité de service hors norme offerte aux internautes. CSC aide la Fnac à construire et déployer son nouveau site de téléchargement payant de musique dématérialisée

Le ton est direct : «la Fnac vend de la musique «physique» en magasin depuis plus de 35 ans, et sur Internet depuis 5 ans. Aujourd'hui qu'un nouveau mode de consommation de musique apparaît, nous voulons être présents et à terme leaders de ce segment». C'est ainsi que François Momboisse, directeur du projet fnacmusic, commente le lancement de fnacmusic, site dédié au téléchargement de musique. Un site ayant sa vocation propre, mais se présentant comme une extension de Fnac.com, le magasin virtuel du géant de la distribution. Et c'est grâce à la collaboration de CSC avec la Fnac, en tant que maître d'oeuvre, assistant à maîtrise d'ouvrage et partenaire conseil, que les internautes peuvent désormais choisir, acheter et télécharger simplement, et en toute légalité, de la musique offrant une très grande qualité d'écoute.

Les premières réflexions concernant ce nouveau marché et les services qui pouvaient être proposés ont été initiées en mai 2003 au sein de l'enseigne. Il est vrai que le secteur n'était pas complètement étranger à la Fnac : «Nous proposons depuis longtemps des services de téléchargement de musique au travers

de l'option DigiFnac du site Fnac.com», reprend Alexandre Blaizot, directeur de projet au sein de la direction de la stratégie de la Fnac. «Mais nous travaillons en marque blanche, que nous ne maîtrisons donc pas complètement. Et nous voulions cette maîtrise». C'est pour s'assurer de la pertinence d'une nouvelle stratégie que le distributeur a fait appel, au début de l'été, à CSC. «Nous leur avons demandé un accompagnement pour réaliser une étude afin de faire le point sur les enjeux et la pertinence du lancement d'un site de téléchargement de musique dématérialisée». Cette étude préparatoire, rapidement probante, s'est accompagnée des premières définitions d'une expression de besoin sur la dimension fonctionnelle de ce projet (acquisition et numérisation de la musique, formats des fichiers musicaux, métadonnées accompagnant chaque fichier musical, catalogue musical en ligne, etc.), sur les partenaires techniques nécessaires et sur les prestations destinées au stockage du catalogue musical. Pour sa part, la Fnac se chargeait, en parallèle, des aspects techniques et des premières négociations avec les distributeurs de musique, majors et labels indépendants.

UNE COLLABORATION CONSTRUITE SUR LA NOTION DE PARTENARIAT

«Ce fût un lourd travail car toutes les possibilités devaient être envisagées : comment intégrer des fichiers musicaux directement fournis par les distributeurs, comment les numériser le cas échéant, quelle identification unitaire

des morceaux, comment réaliser des fichiers d'écoute de 30 secondes, comment produire les jaquettes numériques destinées à accompagner les fichiers musicaux, etc.», se souvient Alexandre Blaizot.

La première expression de besoin détaillée a néanmoins été finalisée en fin d'année 2003 avec, en parallèle, les premières maquettes papier du site, réalisées par l'équipe «assistance à maîtrise d'ouvrage» de CSC. Une consultation a alors été lancée vers cinq prestataires. Et c'est en janvier 2004 que CSC a été choisi pour la réalisation technique du site, par la Fnac. Plusieurs raisons ont motivé ce choix : «Nous disposions déjà d'équipes opérationnelles», commente Habib Achkar, directeur technique et qualité au sein de CSC. «Nous savions ce que ce projet signifiait, et avions le savoir-faire nécessaire, pour avoir déjà réfléchi il y a quelques années à la numérisation de fichiers musicaux sur une expérimentation de voiture communicante. Nous disposions également de l'expérience du métier de la Fnac, pour avoir déjà collaboré avec l'entreprise, notamment lors d'un vaste projet de gestion de la chaîne logistique pour leur entrepôt central de Massy-Palaiseau. Nous avons également clairement identifié la dimension «sécurité» associée à un tel projet». C'est enfin l'engagement total de CSC à faire de fnacmusic une réussite qui a achevé de séduire le géant de la distribution. CSC avait en effet complètement adhéré aux contraintes de la Fnac, notamment en termes de délais - le site devait fonctionner de manière expérimentale en juillet, pour un

«Il y a eu une très forte synergie entre CSC et la Fnac. Nous avons vraiment travaillé en équipe, ce qui nous a permis d'anticiper et de lisser les problèmes. Par ailleurs, grâce à une bonne communication et à de nombreux ateliers, en incluant notamment tous les experts métiers du siège mais aussi des magasins, nous nous sommes assurés de l'appropriation de ce nouveau service par les utilisateurs ainsi que par le personnel interne de la Fnac.».
ALEXANDRE BLAIZOT - DIRECTEUR DE PROJET À LA DIRECTION DE LA STRATÉGIE DE LA FNAC

RÉSULTATS

- Mutualisation des technologies et des services au sein du groupe
- Un marketing en adéquation avec l'offre musicale
- Un catalogue très riche : 300.000 titres musicaux disponibles dès l'ouverture du site
- Synergie avec les magasins de l'enseigne



A PROPOS DE FNACMUSIC

Filiale du groupe PPR et enseigne leader de la distribution de biens culturels et de loisirs en France, la Fnac dispose en 2009 de 144 magasins dont 81 en France et 63 à l'international : 19 en Espagne, 15 au Portugal, 7 en Italie, 5 en Suisse, 7 au Brésil, 8 en Belgique et 2 en Grèce. L'international représentait en 2008 près de 25% du chiffre d'affaires de la Fnac qui s'élevait à 4,58 milliards d'euros.

La Fnac est la seule enseigne à proposer, dans un magasin unique, un assortiment inégalé de produits : livres, disques, micro-informatique, son, hi-fi, TV, vidéo, photographie, téléphonie, billetterie, voyages... Au-delà de son activité de distributeur, elle joue également un rôle de prescripteur et d'acteur culturel sur chacun de ses marchés. Elle organise chaque année près de 15.000 événements dans les forums de rencontre de ses magasins et compte plus de 1,5 million d'adhérents en France.

lancement officiel prévu deux mois plus tard. «Nous proposons à la Fnac un accompagnement sur le long terme, dépassant la seule réalisation de ce projet pour s'approcher de celui d'un véritable partenariat», reprend Jean- Louis Gross, vice-président de CSC. «Ceci incluait notamment un service de veille technologique, afin de suivre le marché et interagir avec le développement de l'outil fnacmusic le cas échéant».

UNE TECHNOLOGIE FAVORISANT LA MUTUALISATION

CSC a dédié une équipe de quinze personnes pour le développement de ce projet, installée in situ, au sein de Fnac Direct, l'entité de la Fnac gérant à la fois le site marchand Fnac.com et le service en ligne fnacmusic. C'est ainsi que l'environnement de développement, impliquant l'ensemble des partenaires, s'est peu à peu construit.

La plateforme technique est architecturée autour de Microsoft Commerce Server pour la gestion des catalogues et de la gestion de la relation client («profiling», gestion des «playlists» des internautes, recommandations des adhérents, avis des disquaires, etc). «Il était en effet plus efficace de partir d'une solution intégrée et compacte pour ce type de projet, même si nous avons développé beaucoup de spécifique, avec Visual Studio notamment, pour la gestion des catalogues», commente Habib Achkar. Par ailleurs, la Fnac est historiquement cliente des solutions de Microsoft pour une partie de son système d'information. «Ce choix offrait d'être en phase

avec les développements attendus sur le site Fnac.com, et nous permettait ainsi de mutualiser les technologies et les services au sein du groupe : le centre d'appels ou le service d'écoute de morceaux de 30 secondes seront ainsi communs à fnacmusic et Fnac.com», complète Alexandre Blaizot. Un des points cruciaux du déroulement de ce projet a été la gestion de l'initialisation des flux d'information musicaux, ainsi que la régulation des métadonnées qui devaient les accompagner (auteur, titre, album, genre, ... mais aussi avis des disquaires, «playlists», classification, etc). Cette classification était essentielle pour la Fnac afin de lui permettre, dans une logique de vente, de mettre en oeuvre le marketing qui accompagnerait les morceaux, un marketing par ailleurs coordonné avec l'offre musicale commerciale plus classique offert par les magasins de l'enseigne. «Il fallait naturellement s'assurer de la parfaite identification des morceaux proposés sur fnacmusic et de l'homogénéité de leur gestion et de leur présentation avec les nomenclatures proposées par ailleurs au sein des magasins ou de Fnac.com», reprend François Momboisse.

UNE DIFFÉRENCE CONSTRUITE SUR LA QUALITÉ DE SERVICE

Au final, le site fnacmusic a été inauguré à la date prévue, avec plus de 300.000 titres musicaux disponibles pour les visiteurs. «Ce qui fait surtout la différence, c'est la qualité de service offerte aux internautes : la plate-forme de la Fnac supporte beaucoup mieux la charge que celle

de la concurrence». Depuis sa création, la Fnac s'est distinguée des autres disquaires par un choix très large et un véritable savoir-faire pour guider le client. Riche et inspiré, le contenu éditorial de fnacmusic reflète cette exigence. Cette qualité de service passe également par les avantages du format de fichier choisi : WMA, de Microsoft. «Il s'agit du format permettant de gérer les droits numériques le plus répandu sur le marché et le mieux accepté par les ordinateurs personnels», explique Alexandre Blaizot. Les services offerts par fnacmusic aux internautes vont d'ailleurs très loin puisque, au-delà des écoutes d'extraits musicaux de trente secondes, le site est capable de conseiller le visiteur en fonction du matériel qu'il utilise (type de PC, carte son, baladeur, etc). En attendant une version 2.0 de fnacmusic, d'ores et déjà prévue pour la fin de l'année 2004, «l'agitateur culturel» se félicite du succès de son aventure de téléchargement payant de musique dématérialisée : «Il y a eu une très forte synergie entre CSC et la Fnac», se félicite Alexandre Blaizot. «Nous avons vraiment travaillé en équipe, ce qui nous a permis d'anticiper et de lisser les problèmes. Par ailleurs, grâce à une bonne communication et à de nombreux ateliers, en incluant notamment tous les experts métiers du siège mais aussi des magasins, nous nous sommes assurés de l'appropriation de ce nouveau service par les utilisateurs ainsi que par le personnel interne de la Fnac. Il était en effet essentiel qu'il y ait un relais en magasin pour la communication autour de ce site et pour son succès.»



EMEA South & West Region

Regional Head Office

Immeuble Balzac - 10, Place des Vosges
92072 Paris La Défense Cedex
+33 1 55 70 70 70

France

Axe Liberté - 14, Place de la Coupole
94227 Charenton Cedex
+33 1 43 53 57 57

Aéropole - Bâtiment 5
5, Avenue Albert Durand
31700 Blagnac
+33 5 67 69 89 00

Belgium

Hippokrateslaan 14
B-1932 Sint-Stevens-Woluwe
+32 2 714 7111

Luxembourg

Bâtiment Goldbell - Tour C 5, Rue Eugène
Ruppert L-2453 Luxembourg
+352 248 341

Spain

Av. Diagonal, 545, Pl.6 Edifici L'Illa
08029 Barcelona
+34 93 493 09 00

Italia

Centro Direzionale Milanofiori
Stada 3, Palazzo B1 20090 Assago (MI)
+39 0257775.1

Portugal

Lagoas Park - Edificio 1,3°
2740-264 Porto Salvo
+35 1 2100 40 800

Corporate headquarters

America

3170 Fairview Park Drive Falls Church, VA.
22042 United States
+1 703 876 1000

Europe, Middle East, Africa

Royal Pavilion
Wellesley Road Aldershot
Hampshire GU1 1 1PZ
United Kingdom +44 1252 534000

Australia/New Zealand

460 Pacific Highway
St. Leonards NSW 2065 Australia
+61 2 9901 1111

Asia

139 Cecil Street
#08-00 Cecil House Singapore 069539
Republic of Singapore +65 221 9095

A propos de CSC

CSC a pour mission d'être un des leaders mondiaux dans la mise en œuvre de solutions et de services pour les entreprises fondées sur des technologies de pointe.

Grâce à sa large gamme de compétences, CSC fournit à ses clients des solutions sur mesure pour gérer la complexité de leurs projets afin de leur permettre de se concentrer sur leur cœur de métier, collaborer avec leurs partenaires et clients, et améliorer leurs performances opérationnelles.

CSC met un point d'honneur à comprendre les problématiques de ses clients et mobilise ses experts, forts d'une longue expérience de leurs métiers et de leurs secteurs d'activité, pour collaborer avec leurs équipes. Totalement indépendant à l'égard de tout fournisseur, CSC livre ainsi des solutions qui répondent au mieux aux besoins spécifiques de chaque client.

Depuis plus de 45 ans, des clients, tant privés que publics, confient à CSC l'externalisation de leurs processus de gestion et de leur informatique, ainsi que l'intégration de leurs systèmes. Partout dans le monde, ils témoignent également de leur confiance en sollicitant les collaborateurs de CSC pour des missions de conseil.

La société est cotée à la Bourse de New York (NYSE) sous le symbole "CSC".

For further information concerning this publication or CSC's solution,
contact the communication and marketing department : +33 1 55 70 70 70