

## Sourcing

### Réversibilité : quelle gouvernance ? Quels indicateurs ?

Comment faire travailler ensemble deux prestataires en phase de réversibilité ? Les consultants de Solucom suggèrent de mettre en place une gouvernance dont les caractéristiques sont les suivantes :

- Des **comités de suivi** et de pilotage tripartites tenus à fréquence régulière.
- Un **chef de projet client** et des référents de transition pour chaque partie prenante. Ceux-ci devront être assistés, pour chaque domaine ou service d'un coordinateur expressément nommé et responsable de transmettre les informations et de suivre le bon avancement.
- Des **indicateurs de mesure** de la réversibilité basés sur des éléments concrets. Il ne faut pas se reposer uniquement sur les retours des parties prenantes pour juger du bon déroulement de la transition.
- Une méthodologie et des **outils de transition** partagés avec les parties prenantes pour régler l'ensemble des cas de figure et assurer les transferts de responsabilité en minimisant l'impact sur les services.

Parmi les indicateurs à privilégier figurent le **niveau d'autonomie** du repreneur, le niveau de **complétude des livrables** documentaires, la **formation** des équipes, l'évaluation des **activités clés**.

Source : Solucom.

Lien : Réservé aux abonnés

### Audits : quatre règles pour les contrats

Selon la charte de bonnes pratiques du Cigref sur les audits de licences, les contrats doivent :

- Permettre une **gestion flexible** du parc de licences par le client, notamment en autorisant les réallocations intra-groupe sans surcoût.
- Éviter les « **effets contaminants** », par exemple, les clauses d'audit qui s'appliquent à l'ensemble du parc alors que le contrat ne concerne qu'une partie du parc. De même, pour les licences nouvellement acquises les clauses d'audit ne doivent pas « annuler et remplacer » celles jusqu'alors en vigueur.
- Envisager les conséquences d'une **virtualisation** du parc et/ou le recours au *cloud computing*.
- Proscrire les **options activées par défaut** (qui peuvent être source de non-conformité ultérieure à l'insu de l'acheteur) ou contenir un avertissement explicite afin de permettre à l'acheteur de gérer son parc en toute connaissance de cause.

Lien : Réservé aux abonnés

Source : Cigref.

## Comment les DSI s'informent sur les fournisseurs

Pour s'informer afin d'identifier et de sélectionner des fournisseurs, les DSI et les décideurs métier privilégient le Web et les **recommandations de pairs**.

### Liens courts : comment ça marche

La plupart des articles publiés dans ce numéro sont associés à des liens courts qui vous permettent de retrouver le document original et, ainsi, d'accéder à des informations plus détaillées. Il suffit de taper directement le lien indiqué dans votre navigateur (le http:// ou le www ne sont pas nécessaires).

	Souvent utilisé	Toujours utilisé
Moteurs de recherche	46 %	28 %
Recommandations de confrères	57 %	15 %
Presse IT	45 %	10 %
Conseils d'un revendeur	49 %	4 %
Recommandations de consultants	43 %	6 %
Blogs	43 %	
Salons	42 %	
Presse généraliste	26 %	
E-mailing	24 %	
Réseaux sociaux	18 %	
Twitter	12 %	
Publicité en ligne	9 %	
Publicité TV, radio, presse papier	8 %	

Source : Netmedia.

Lien : Réservé aux abonnés

## Chiffres-clés

**23%** du volume total des factures échangées en France étaient des factures électroniques en 2014, la proportion atteindra 54 % d'ici 2016 (*Markess*).

**9,6%** c'est la part des États-Unis dans l'usage d'Internet, au niveau mondial. La Chine pèse 22 % et la France 1,9 % (*Bank of America - Merrill Lynch*).

Lien : Réservé aux abonnés

**64%** des clients de Salesforce comptent augmenter le budget consacré à ce service au cours de l'année à venir, et 11 % accroître leurs dépenses de plus de 50 % (*Bluewolf*).

**7** salariés français sur 10 ne se sentent pas reconnus à leur juste valeur (*Deloitte*).

**52** millions de terabytes, c'est le volume de données qui seront échangées via des mobiles en 2015, en hausse de 59 % en un an (*Gartner*).

**71%** des utilisateurs admettent qu'ils ont accès à des données de l'entreprise auxquelles ils ne devraient pas avoir accès (*Varonis*).

**95** c'est le nombre moyen de mots de passe dont doit se souvenir un internaute français. Ce nombre atteindrait 184 à l'horizon 2020 (*Dashlane*).

**80%** des entreprises de la grande distribution avouent rencontrer des difficultés à chaque étape de leur projet de déploiement de réseaux de points de vente (en pré-déploiement, déploiement et post-déploiement). Pour 52 % d'entre elles, ces difficultés se traduisent par des retards et pour 23 % par un accroissement des coûts (*One2Team*).

Lien : Réservé aux abonnés

**51%** des DSI français (62 % dans les grandes entreprises) ont observé une progression des incivilités verbales et/ou physiques dans leur société, durant ces deux dernières années (*Robert Half*).

**34%** des français stockent des informations intimes sur leurs terminaux mobiles et 52 % seraient prêts à utiliser un mobile à l'insu de leur propriétaire (*Symantec*).

## Support utilisateurs en self-service : les dix meilleures pratiques

1. Privilégier la **facilité d'accès** pour les utilisateurs (numéro de téléphone unique, URL facilement mémorisable...).
2. **Impliquer les utilisateurs** et rendre le self-service facile d'emploi : viser la simplicité.
3. **Comprendre** rapidement les problèmes des utilisateurs.
4. Fournir un **contenu facile à lire**, avec un langage simple, dépourvu au maximum du jargon technique.
5. Proposer un **support multicanal** (e-mail, téléphone, tchat, self-service Web...).
6. Analyser et optimiser le système d'après les **commentaires des utilisateurs** (enquêtes, journaux d'analyse, indicateurs...).
7. **Mesurer les performances** du self-service : si le processus de est trop lent ou trop complexe, les utilisateurs abandonnent.
8. Offrir une **expérience personnalisée**.
9. **Garantir** l'accès au support.
10. Faire évoluer le **comportement** des utilisateurs, par exemple en encourageant l'usage de l'e-mail et des FAQ plutôt que du téléphone, plus coûteux. ♦

Source : Landesk.

Lien : Réservé aux abonnés

**46%** des directions générales sponsorisent la transformation numérique de leur entreprise, en 2015, contre 38 % en 2014 et 31 % en 2013 (*McKinsey*).

Lien : Réservé aux abonnés

## Échanges B2B : déployer une communauté de partenaires

1. **Définir le projet** : les objectifs, les flux à dématérialiser, le business plan, l'accompagnement au changement, la démarche et le planning...
2. **Identifier la cible** de fournisseurs concernés, préparer les campagnes ou vagues de déploiement selon les regroupements possibles : par profil, taille, nature de produits...
3. **Qualifier précisément la cible** : quels sont les interlocuteurs ? Quelle est leur maturité et leur capacité à intégrer tel ou tel flux ?
4. **Concevoir le « kit de déploiement »** qui regroupe l'ensemble des supports qui seront nécessaires : documents d'information, cahier des charges fonctionnel, contrat.
5. **Diffuser méthodiquement l'information** et les composants du kit de déploiement auprès de la cible.
6. Mettre en place une **cellule de gestion du projet** chargée d'assister les fournisseurs, de les relancer, les convaincre et mobiliser, programmer avec chacun d'entre eux les diverses étapes et assurer le pilotage.
7. Réaliser les **tests d'intégration**, par exemple les tests de facture fournisseur, le contrôle de la qualité des données.
8. **Certifier les fournisseurs** après une série de tests concluants.
9. **Mettre en production** sur la plateforme B2B.
10. **Élaborer des tableaux de bord**, assurer le suivi du projet sur l'ensemble de la cible et pour chaque partenaire. ♦

Source : Generix.

Lien : Réservé aux abonnés

## Transformation numérique : les bonnes questions à se poser

- ♦ Votre principale **source de revenus** repose-t-elle sur certains produits clés ?
- ♦ Votre **part de marché** a-t-elle décliné au cours de ces dernières années ?
- ♦ Avez-vous intégré de **nouvelles compétences** au cours des trois dernières années ?
- ♦ Savez-vous sur quoi reposent les **décisions d'achat** de vos clients ?
- ♦ Dans quelle mesure le trafic sur votre **site Web** a-t-il changé au cours des trois dernières années ?
- ♦ Recevez-vous davantage de **demandes de clients** désireux de se connecter via divers canaux, tels que les réseaux sociaux, les appareils mobiles et les messageries instantanées ?
- ♦ Vos concurrents ont-ils entrepris **d'innover** au niveau de leurs produits et services en se connectant à de nouveaux dispositifs ?
- ♦ Sont-ils en train **d'accéder à des marchés** aussi nouveaux qu'inattendus ?
- ♦ Votre principal concurrent a-t-il modifié sa **stratégie marketing** pour l'orienter vers des modèles d'engagement axés, par exemple, sur le contenu ou les réseaux sociaux ? ♦

Source : CA Technologies.

Lien : Réservé aux abonnés

## L'approche nudge appliquée à l'IT

L'approche nudge (en français, littéralement : « donner un coup de coude »), d'abord académique, puis marketing, est mise en pratique depuis quelques années dans les affaires publiques : les gouvernements se dotent de *nudge units* qui mettent en place des moyens radicaux pour **changer les comportements**, à des frais tout à fait réduits. Elle peut s'appliquer à l'IT, selon le cabinet Consultake, pour faire évoluer les comportements des utilisateurs. Le changement de comportement repose sur trois leviers :

- ♦ Utiliser les **biais cognitifs** auxquels sont soumis les utilisateurs, notamment leurs automatismes et leurs comportements éminemment sociaux.
- ♦ Les leviers du changement ne sont pertinents que dans la mesure où ils permettent de combler l'écart entre une conduite souhaitée, étudiée concrètement, et la conduite effective recherchée. En cela, cette démarche présuppose une **cartographie** précise de l'environnement décisionnel.
- ♦ Il faut toujours tester l'efficacité, en mettant en place un **protocole expérimental** qui permet d'isoler l'influence des « nudges » sur l'adoption de la conduite souhaitée.

Cette approche permet de relativiser l'importance de plusieurs biais :

- ♦ **L'effet d'ancrage** : les préférences sont évaluées par rapport à un point de référence.
- ♦ **Le biais de saillance** : on fait plus attention aux événements les plus exposés, sans tenir compte du fait que la probabilité de leur occurrence reste inchangée par cette surexposition.
- ♦ **L'effet de familiarité** : ce qui est familier est mieux perçu que ce qui nous est inconnu.
- ♦ **L'aversion à la perte** : on préfère ne pas perdre une somme plutôt que de gagner un montant équivalent.
- ♦ **Le biais de possession** : le fait de posséder quelque chose lui confère une valeur supplémentaire.
- ♦ **Le biais de confirmation** : on se focalise surtout sur les preuves qui confirment nos opinions
- ♦ **La préférence pour le présent** : on réfléchit avant tout sur le court terme. ♦

Lien : Réservé aux abonnés

## Chiffres-clés

**54%** des **utilisateurs français** préfèrent, pour résoudre leurs problèmes informatiques, demander d'abord de l'aide à leurs collègues de travail, seulement 22% ont le réflexe Google et 17% cherchent directement dans les ressources internes mises à leur disposition (*Landesk*).

**75%** des **entreprises** ne disposent pas de la maturité suffisante pour répondre aux risques de cybersécurité (*EMC*).

**1** **personne sur 5** a déjà assisté à des vidéo-conférences en pyjama (*Join.me*).

**168 623** c'est le **nombre de robots** aux États-Unis, contre 310 508 au Japon et 96 924 en Chine (*Bank of America - Merrill Lynch*).

**46%** des DSI européens jugent difficile de concilier déploiement du *cloud* et objectifs commerciaux (*Sungard AS*).

**48%** des organismes financiers européens, au cours des deux dernières années, ont déjà subi des pertes financières allant de 70 000 euros à 700 000 euros, et ayant pour origine des fraudes en ligne (*IDG Connect - F5*).

**2,4%** c'est le **pourcentage d'augmentation** des budgets IT des DSI femmes en 2015, aux États-Unis, contre + 0,8% pour les DSI hommes (*Gartner*).

**4,8** : sur une échelle de 1 à 10, les salariés français donnent cette note moyenne à **la qualité de vie au travail** et une note de 7/10 pour le niveau de stress (*Deloitte*).

**38%** c'est l'**augmentation des coûts** liés à la cybersécurité au cours des dix prochaines années (*Rand Corporation*).

**600 000** c'est le **nombre de réunions** quotidiennes en France (*Ifop - Wissembly*).

**60%** des **informations critiques** sont stockées dans les e-mails (*IDC - Commvault*).

**88%** des **DSI européens** pensent que le *mainframe* sera un atout majeur de l'entreprise au cours de la prochaine décennie (*Vanson Bourne - Compuware*).

## Cybersécurité : une définition

Le comité cybersécurité de Syntec Numérique a souhaité préciser le périmètre de la cybersécurité et en propose la définition suivante : « Il s'agit de l'ensemble des activités d'une entité permettant à la fois **l'anticipation et la réduction des risques** dans le cas d'une attaque numérique, et la résilience de ladite entité dans la réponse à l'attaque. Les activités de cybersécurité peuvent être alternativement ou cumulativement d'ordre technique, organisationnel, humain et juridique. » ♦

Lien : Réservé aux abonnés

## GRC : les trois freins

L'efficacité d'une politique de gestion des risques et de la conformité est freinée par trois éléments :

1. L'existence de **multiples systèmes** pour gérer la documentation sur la conformité.
2. Des **processus manuels** pour mener des audits, assurer la traçabilité.
3. L'utilisation systématique de **tableurs**.

L'étude AIIM révèle que les politiques de GRC sont avant tout mises en œuvre pour éviter le risque **d'atteinte à l'image** de l'entreprise pour non-conformité (44 % des entreprises), pour **respecter les lois** (32 %) et éviter les **pénalités financières** (20 %). ♦

Source : Open Text - AIIM.

Lien : Réservé aux abonnés

## Attaque DDoS : une définition

Une attaque DDoS vise à envoyer un grand nombre de requêtes à un équipement (hébergeur, serveur, application Web, etc...), afin de provoquer à distance un déni de service, c'est à dire un **arrêt total du service** attaqué. Pour cela, une « armée de robots » est chargée de lancer automatiquement une multitude de requêtes. Deux types d'attaques existent :

- ♦ **Les attaques « applicatives »** sont très difficiles à repérer car elles ne nécessitent que peu de bande passante. Elles visent à épuiser les ressources serveur en les submergeant de demandes.
- ♦ **Les attaques « volumiques »** tentent de saturer les liens permettant la connexion à un service ou à un FAI, en envoyant un très grand nombre de requêtes nécessitant beaucoup de bande passante. ♦

Source : Barracuda

## Phishing : les mauvaises pratiques pour sensibiliser les utilisateurs

1. **Ne rien faire** et espérer que rien n'arrive (une entreprise sur cinq est dans ce cas) : mais la probabilité que les utilisateurs soient victimes de campagnes de phishing est élevée.

2. **Faire des réunions d'information** et contraindre les utilisateurs à y assister (une entreprise sur trois est dans ce cas) : c'est mieux que rien, mais les utilisateurs ne sont généralement pas motivés, ni attentifs...

3. **Produire des vidéos** de sensibilisation, envoyées par e-mails ou accessibles sur un site Web (une entreprise sur quatre est dans ce cas) : c'est quelquefois trop tard...

4. **Réaliser des tests de phishing** vers les utilisateurs à risques : cette approche est très limitée et insuffisante pour réduire les risques pour toute une organisation. ♦

Source : KnowBe4.

Lien : Réservé aux abonnés

## Terminaux mobiles : quelles menaces ?

Le rapport des Motive Security Labs d'Alcatel-Lucent examine les 25 principales menaces visant les terminaux mobiles dont :

- ♦ Les applications de **téléphone espion**, qui suivent les appels, les SMS, la localisation, les e-mails et la navigation sur le Web.
- ♦ Les logiciels **scareware** (de l'anglais *scare*, effrayer) qui ont pour but **d'extorquer de l'argent** en déclarant à l'utilisateur que les données de son téléphone ont été cryptées.
- ♦ Les applications de **vol d'identité**, qui volent les informations personnelles sur un terminal.
- ♦ Les chevaux de Troie **bancaires**, qui tentent de dérober des justificatifs d'identité bancaires et des numéros de cartes de crédit.
- ♦ Les chevaux de Troie **SMS**, qui permettent de gagner de l'argent en envoyant des messages à des numéros surtaxés.
- ♦ Les **logiciels publicitaires** malveillants, qui utilisent les informations personnelles sans autorisation pour envoyer des publicités ciblées gênantes. ♦

Lien : Réservé aux abonnés

## Combien coûte un incident de sécurité ?

	Coût moyen pour une PME	Coût moyen pour une grande entreprise
Consulting	11 000 \$	84 000 \$
Perte de chiffre d'affaires	16 000 \$	203 000 \$
Arrêt du SI	66 000 \$	1 400 000 \$
Dépenses indirectes	8 000 \$	69 000 \$
Atteinte à l'image	8 600 \$	204 700 \$

Source : "Damage control : the cost of security breaches", Kaspersky Lab.

Lien : Réservé aux abonnés

**37%** des **managers des entreprises françaises**, américaines et britanniques, estiment que l'incapacité de leur DSI à autoriser des projets pilotes et à lancer de nouveaux produits rapidement et dans les délais serait, en majeure partie, à l'origine d'investissements massifs en matière de *shadow IT* (Canopy - Atos).

## ERP : les niveaux d'engagement d'une DG

- La Direction Générale doit s'assurer que le projet ERP s'inscrit dans l'**ADN** de l'entreprise.
- Elle fixe le **seuil de tolérance** aux « mauvaises pratiques ».
- Elle définit les **enjeux stratégiques** et les objectifs du projet.
- Elle détermine le **niveau d'engagement** attendu.
- Elle s'engage aux côtés de son **comité de direction** pour choisir la « meilleure » solution.
- Elle construit un **partenariat** « gagnant-gagnant » avec l'intégrateur.

Source : TVH Consulting.

## Les dix chantiers d'une stratégie mobile

- Mesurer le **degré de maturité** de l'organisation.
- Identifier et hiérarchiser les **obstacles**.
- **Établir les priorités** en privilégiant la simplicité pour une adoption plus rapide.
- Choisir les **technologies** et les compétences associées.
- **Reconfigurer les processus** pour y introduire de l'agilité.
- Développer la **culture de la mobilité** et de l'innovation.
- **Développer de nouveaux outils** en continu en associant les utilisateurs.
- **Capitaliser sur les données mobiles** pour accroître la valeur métier.
- **Sécuriser** de point à point.
- Ajouter de l'**agilité** au déploiement continu.

Source : Red Hat.

## Les distributeurs européens sont-ils prêts pour l'omni-canal ?

Selon une étude PAC pour Fujitsu, pour les distributeurs européens, l'omni-canal constitue un enjeu plus commercial que technologique. Ainsi, plus de **90 %** d'entre eux indiquent que leur stratégie omni-canal est **pilotée par la direction générale** ou par les managers des divisions commerciales et marketing. Ces résultats s'expliquent largement par les trois principaux défis auxquels sont confrontés les distributeurs, lors de la mise en œuvre d'une stratégie omni-canal : le développement d'une **stratégie d'intégration des canaux** à long terme (80 %), la modification de la **structure organisationnelle** (70 %) et une compréhension de l'**activité** des clients sur les différents canaux (70 %).

### Comment vendent les distributeurs européens ?

Magasins physiques	87 %
Ventes en ligne	82 %
Mobiles	45 %
Catalogues	38 %
Réseaux sociaux	34 %

Source : PAC - Fujitsu

Lien : Réserve aux abonnés

## Chiffres-clés

**49%** des **individus** se sentent vulnérables en effectuant des transactions financières en ligne (Kaspersky Lab - B2B International).

**7** **salariés français** sur dix déclarent prêter leurs terminaux personnels et professionnels à d'autres employés de manière régulière (Aruba Networks).

**34%** des **serveurs installés** dans le monde, en 2018, le seront dans des méga-datacenters, contre 20 % en 2010 et 24 % en 2013 (Bank of America- Merrill Lynch).

Lien : Réserve aux abonnés

**60%** des **Français** ont déjà perdu au moins un appareil mobile (Symantec).

**49%** des **salariés de grandes entreprises** internationales ne peuvent pas ou ne savent pas si elles peuvent transférer des charges entre des *clouds* publics, privés et hybrides, ou même migrer dans le *cloud* des applications *On Premises* (déployées en interne) (Opinium Research - Oracle).

**5 dollars**, c'est le prix d'achat de 10 000 accès à des comptes e-mails sur le marché noir (G Data Security Lab).

**9%** des **entreprises** estiment qu'une perte de données coûte au moins 23 000 euros (Arcserve).

**34%** des **entreprises** citent l'absence de rentabilité pour ne pas se lancer dans le e-commerce, 25 % citent le manque de ressources et 11 % les difficultés logistiques (Oxatis).

**33** c'est le **nombre moyen d'e-mails** concernant une procédure « mot de passe oublié » que l'on trouve dans la boîte e-mails d'un internaute français (Dashlane).

**85%** des **entreprises françaises** estiment avoir un fort besoin de sécuriser les échanges dématérialisés et les transactions numériques (Markess).

**58%** des **entreprises**, dont l'expérience client entre dans le champ de responsabilité du PDG, affichent une rentabilité nettement supérieure à celle de leurs concurrents et 59 % voient leur chiffre d'affaires augmenter plus rapidement (The Economist Intelligence Unit - Genesys).

## Qui travaille avec qui ?

- Le **groupe Trigo**, spécialiste de la gestion qualité, a retenu les solutions **Technomedia** pour gérer l'ensemble de ses processus RH.
- Le **Groupe CAT** (logistique automobile) a sélectionné **HP** pour optimiser son infrastructure IT mondiale.
- Crédit Mutuel Arkéa** a choisi les solutions de gestion de formation de **Technomedia**, pour ses 10 000 collaborateurs.
- L'**Insee** a retenu le **Groupe Jouve** pour traiter chaque année les 14 millions de formulaires du recensement de la population.
- Crédit Agricole Consumer Finance Nederland B.V.** a sélectionné **Blackline** (logiciels d'automatisation du contrôle financier) afin de remplacer son ancien processus manuel sur papier.
- La banque canadienne **Scotiabank** a choisi **Ivalua** pour assurer la gestion mondiale de son processus achats et de son risque fournisseurs.
- La **Sacem**, accompagnée par **MTI France**, a opté pour des technologies flash et une nouvelle baie XtremIO d'**EMC<sup>2</sup>**, pour la répartition des droits d'auteurs.
- Elcom**, spécialiste des profilés aluminium et des convoyeurs industriels, a choisi l'ERP métier **Yourcegid Manufacturing**.
- Snecma**, motoriste aéronautique et spatial, a sélectionné les solutions de gestion collaborative d'information technique **PTC** pour la création et la maintenance des documentations techniques de l'ensemble de ses moteurs.
- Silca**, filiale de Crédit Agricole S.A., modernise la gestion de ses infrastructures avec l'aide de **Capgemini**, dans le cadre d'un contrat de sept ans.
- Harte Hanks**, entreprise de services marketing spécialiste de la relation client, a mis en œuvre la distribution Hadoop de **MapR**, afin de permettre à ses clients de stocker et d'analyser plus simplement et rapidement de très grosses quantités de données.
- Cristal Union** (2 000 employés et 13 usines), principal producteur européen de sucre et d'alcool, a choisi la solution de collaboration **Jive-n** pour accompagner sa transformation numérique.

## Quand les PME du numérique se plaignent des grands comptes

Pour les fournisseurs, dont beaucoup sont des PME (comme 80 % des adhérents de Syntec numérique) l'accès au marché n'est pas aisé : 77 % ont eu des **difficultés à entrer en relation** avec un ou plusieurs grands comptes en 2015 (75 % en 2014). C'est plus difficile pour les organisations publiques (82 %) que pour les entreprises privées (51 %).

Lien : *Réservé aux abonnés*

## Les principaux risques juridiques liés aux achats indirects

- Les risques contractuels** : défaut d'évolution et d'adaptabilité des modèles contractuels, carence du processus de négociation contractuel, difficultés à appliquer certaines clauses, absence ou insuffisance de suivi de l'exécution des contrats...
- Les risques commerciaux** : dépendance économique, rupture des relations établies, difficultés financières d'un prestataire...
- Les risques réglementaires** : protection des données personnelles, abus de position dominante...
- Les risques pénaux** : délit de marchandage, défaut de conformité CNIL, responsabilité pénale du dirigeant...
- Les risques sociaux** : requalification des prestations en contrat de travail, externalisation et transfert de salariés...

Source : Franklin Brousse.

Lien : *Réservé aux abonnés*

## Services cloud : une grille d'évaluation

Les fournisseurs de services cloud se classent en trois catégories :

- Les indépendants** : ce sont des SSII (Accenture, Cognizant, Capgemini, CSC...) qui opèrent indépendamment des fournisseurs de cloud.
- Les partenaires**, qui sont des prestataires (par exemple Dell) qui ont noué des partenariats avec des fournisseurs de cloud.
- Les intégrés** (Dimension Data, HP, IBM...) qui sont eux-mêmes fournisseurs de services cloud.

Pour évaluer un fournisseur, le cabinet Sugatuk Technology propose une grille qui combine ces trois modèles avec des critères d'expertise : expertise sur les infrastructures cloud, expertise applicative et expertise métier.

Degré d'importance à accorder aux critères d'évaluation d'un prestataire cloud			
	Modèles de relations avec le fournisseur		
	Indépendant	Partenaire	Intégré
Expertise cloud	Moyenne à haute	Haute	Très haute
Expertise applicative	Faible à très haute	Faible	Faible
Expertise métier	Moyenne à haute	Moyenne à haute	Moyenne à haute

Lien : *Réservé aux abonnés*

**75%** des français estiment qu'il est prioritaire que l'État utilise de plus en plus Internet et la technologie dans ses relations avec les administrés (*Sopra Steria - Ipsos*).

## L'impact positif du numérique sur les métiers

McKinsey a interrogé un millier de managers sur les effets attendus, pour leur entreprise, de la transformation numérique. Ceux-ci ont mis en avant une **croissance du chiffre d'affaires** (71 %), une amélioration des **bénéfices** (64 %), de la **rentabilité** des capitaux investis (56 %), une hausse des **prix de vente** (32 %). Ils estiment également que la transformation numérique nécessite des investissements en capital (51 %) et accroît les coûts (28 %). ♦

Lien : Réservé aux abonnés

Les priorités par secteurs	
<b>Ensemble</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Renforcer l'engagement des clients</li> <li>2. Innover avec le numérique</li> <li>3. Automatiser/améliorer les processus</li> </ol>
<b>Finance</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Innover avec le numérique</li> <li>2. Automatiser/améliorer les processus</li> <li>3. Renforcer l'engagement des clients</li> </ol>
<b>Pharmacie</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Big Data</i> et analytique</li> <li>2. Renforcer l'engagement des clients</li> <li>3. Innover avec le numérique</li> </ol>
<b>High tech</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Innover avec le numérique</li> <li>2. Acquérir des entreprises</li> <li>3. Renforcer l'engagement des clients</li> </ol>
<b>Industrie</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Automatiser/améliorer les processus</li> <li>2. Renforcer l'engagement des clients</li> <li>3. Renforcer l'engagement des salariés et des fournisseurs</li> </ol>

Source : McKinsey. Lien : Réservé aux abonnés

Les principaux obstacles	
Obstacles	% d'entreprises concernées
Manque de leadership interne et de « talents » (techniques et fonctionnels)	31 %
Manque de données et de compréhension des tendances du marché	25 %
Incapacité à transformer rapidement les métiers existants vers le numérique	25 %
Incapacité à promouvoir une culture de l'expérimentation	25 %
Manque de financement dédié	24 %
Incapacité à aligner les objectifs entre le numérique et les métiers existants	23 %

Source : McKinsey. Lien : Réservé aux abonnés

## Qui travaille avec qui ?

- ♦ **Marine Harvest**, groupe norvégien spécialiste de l'élevage de saumons, a signé un contrat, d'une durée de cinq ans et d'un montant de 12 millions de dollars, avec **Orange Business Services** afin de fournir des liaisons vidéo sécurisées pour la surveillance de l'aquaculture.
- ♦ **Oscaro.com** (500 000 références de pièces détachées automobile) a choisi **Ecritel** pour l'hébergement de son site marchand (serveurs, systèmes d'exploitation, couches de virtualisation, stockage et réseaux).
- ♦ **Bull-Atos** a doté le Brésil de sa première infrastructure de calcul haute performance (HPC) pétaflopique en libre accès pour la communauté universitaire.
- ♦ La **Caisse nationale du Régime Social des Indépendants (RSI)** a mis en place la solution de gestion des flux financiers de **Elcimaï Financial Software**, pour trente établissements et 130 utilisateurs.
- ♦ La filiale bancaire européenne du groupe **Carrefour** a déployé **Talend ESB** pour améliorer la qualité et la cohérence de l'environnement de son site Web.
- ♦ **Geodis**, premier opérateur de transport et de logistique en France, a choisi la solution GCS e-logistics de **Generix Group** pour adapter ses processus logistiques aux particularités du commerce en ligne.
- ♦ Afin de relocaliser une partie importante de son système d'information, la **Ville de Chartres** a fait appel à la société nantaise **Module-IT**.
- ♦ Le cabinet d'audit et de conseil **PwC** a choisi **EasyVista** pour son projet visant à proposer un App Store personnalisé à ses collaborateurs.
- ♦ **LVMH** a renouvelé son contrat avec **AT&T** en tant que fournisseur global de ses services de communication qui couvrent 4 500 sites dans le monde.
- ♦ **Airbus Helicopters** a confié à **Sogeti** la mise en œuvre d'un *cloud* privé pour l'administration de ses applications critiques : gestion administrative, CRM, ventes, e-business, outils de collaboration et de conception assistée par ordinateur.
- ♦ Le **Groupe KellyDeli** a retenu le progiciel **Unit4 Financials** pour la gestion financière et comptable.

« Le digital a profondément changé la relation entre DSI et direction du digital, car il amène à travailler en méthodes agiles, donc à abandonner les cycles en V, au profit de sprints. Cela nécessite de la proximité. C'est pour cette raison qu'une partie des collaborateurs de la DSI est sur le plateau de la direction du digital. Le DSI et la directrice du digital font un point d'avancement tous les 15 jours. »

**Patrick Buffard,**

DGA de la Française des Jeux (Cigref).

Lien : Réservé aux abonnés

## Les professionnels IT moins satisfaits de leur sort

Gartner a interrogé 448 professionnels de l'IT pour identifier leurs attitudes et opinions concernant leur emploi. Sur une échelle de 1 à 7, le niveau de satisfaction s'établit à **4,9** en 2015, contre 5,2 en 2014. Quatre professionnels sur dix estiment que leur niveau de satisfaction a augmenté et une proportion similaire qu'il a diminué. La majorité (82 %) assure que le secteur IT constitue la **meilleure option à long terme** pour leur carrière. Parmi les **soft skills** les plus importantes, figurent la capacité à **résoudre les problèmes** (65 %) la **communication** (47 %) et la **proximité** avec les métiers (42 %). Une majorité estime que les pratiques de management en vigueur ont un impact négatif sur leur carrière, lorsqu'elles freinent la créativité et la collaboration ou contribuent à l'échec des projets. ♦

Lien : Réservé aux abonnés

Source : Gartner Research Circle.

## DSI : cinq zones à risques

Selon Bobby Cameron, analyste chez Forrester, cinq éléments peuvent mettre fin à la carrière d'un DSI :

- ♦ Si personne ne **croit** ce qu'il dit.
- ♦ S'il ne peut impulser le **changement**.
- ♦ S'il est prisonnier d'une **dette** technique.
- ♦ S'il pense « **trop petit** ».
- ♦ S'il n'est pas obsédé par ses **clients**. ♦

Lien : Réservé aux abonnés

« Nous nous intéressons de près aux systèmes de captation des informations clients, mais sans fascination. Avec le Big Data on est dans une bulle qui, quand elle va exploser, fera des dégâts considérables. Trop d'information tue l'information. S'il suffisait de tout connaître des Français pour en faire des consommateurs addicts, il n'y aurait plus besoin de commerçants ! »

**Michel-Edouard Leclerc,** P-DG de Leclerc

(L'Usine Digitale, 23 septembre 2015).

Lien : Réservé aux abonnés

**7 %** des solutions analytiques sont déployées en mode cloud, elles seront 21 % en 2017. Le mode hybride (cloud + On Premise) passera de 5 % à 18 % (Gartner Research Circle).

## Applications BI mobiles : quatre prérequis

1. S'adapter aux **formats** des écrans des terminaux, en particulier pour les graphiques et les tableaux.
2. Coller aux **besoins** des utilisateurs : plus d'un utilisateur sur quatre n'est pas satisfait de son expérience avec les applications mobiles.
2. S'adapter à tous les **types de terminaux**, sans contraindre l'utilisateur.
4. Prendre en compte les **contraintes** de bande passante et de connectivité. ♦

Source : Information Builders.

Lien : Réservé aux abonnés

## Investissements : la sécurité devant la BI

Un sondage mené au niveau mondial par Gartner, en août 2015, conclut à une évolution des priorités d'investissement des DSI et des métiers. Alors que depuis deux ans, la priorité était donnée à la **Business Intelligence** et au **Big Data**, devant la mobilité, la sécurité et les applications métiers, au cours des douze prochains mois, les préoccupations de sécurité arrivent à la **première place des intentions d'investissements**. ♦

### Le Top 5 des priorités d'investissements IT

	Rang depuis deux ans	Rang en 2015-2016
BI, Big Data	1	2
Mobile	2	4
Sécurité	3	1
Applications métier	4	3
Cloud	5	5

Source : Gartner Research Circle.

Best Practices Spotlight est un service proposé par Best Practices International - SARL au capital de 21 000 euros,

Pavillon Sisley, rue de la Croix-Rouge, 78430 Louveciennes - Tél. 06 75 64 63 97 - 503 117 988 RCS Versailles

Rédaction : 24, rue des Beaunes, 78400 Chatou - redaction@bestpractices.fr

Souscription annuelle : 1 440,00 € TTC (1 200 € HT) - Abonnement sur le site : www.bestpractices-si.fr

Directeur de la publication : Philippe Rosé (philippe.rose@bestpractices-si.fr), Contrôle qualité : Alain Condrieu, Directeur du développement : Marc Guillaumot (marc.guillaumot@bestpractices-si.fr)  
ISSN : 2274 - 8334 - Gérance : Marc Guillaumot, Philippe Rosé - Dépôt légal : à parution. Toute reproduction même partielle est strictement interdite. Impression : Best Practices International