

ÉDITO



Quoi de plus « informatique » qu'un site web ? Pourtant, même là, le DSI a tendance à ne devenir qu'un technicien à qui on demande à peine son avis. De la même façon, les déploiements de tablettes se font parfois sans tenir compte des réalités de la DSI. Avec, au tournant, un échec. Pour bien servir son entreprise, le DSI doit savoir s'imposer.

SOMMAIRE

GUIDE SOLUTIONS

Sites web d'entreprises : les DSI relégués au rang de fournisseurs de technologies p. 1 à 4

INTERNATIONAL

Les petits secrets des déploiements ratés d'iPad en entreprises p. 7 à 9

SYSTÈMES D'INFORMATION ET MÉTIERS

« En tout premier lieu, les TIC doivent simplifier la vie des citoyens » p. 10 à 12

HUMEUR p. 13

CIO EVENEMENTS 2013-2014 p. 14

GUIDE SOLUTIONS

Sites web d'entreprises : les DSI relégués au rang de fournisseurs de technologies

Dans de nombreux cas, les DSI ont été relégués au rang de fournisseurs et d'intégrateurs de solutions technologiques. Ils ne sont plus une force de proposition et se contentent de mettre en œuvre les demandes d'autres directions.

« Les principales directions opérationnelles pilotent et définissent leurs contenus qui sont ensuite vérifiés par la direction marketing. La DSI doit ensuite en assurer la conformité et le support technique », résume Philippe Canonne, directeur des ressources humaines (DRH) d'un grand distributeur spécialisé. Le site web est devenu un enjeu majeur pour les différentes entités de l'entreprise. La DSI doit alors composer avec les demandes de chacun pour répondre au mieux à leurs attentes.

Les directions opérationnelles maîtres du contenu

« Il ne faut pas oublier que du point de vue de la relation client, le site est un instrument », explique Éric Dadian, président de l'AFRC (Association Française de la Relation Client). Il ajoute : « il doit faire partie de la logique de GRC de l'entreprise ». Avec des démarches de click-to-call, click-to-chat et de télé-conseil, le site devient une véritable interface avec les consommateurs. De plus, il est souvent le premier pas de l'entreprise vers ces derniers et doit donc répondre à leurs attentes. La GRC (gestion de la relation client) doit donc interpréter les désirs des clients et en faire une réalité. Le DSI devra ensuite assurer la mise en pratique de cette réalité sur le site et son fonctionnement. ▶



Parfois, les clients sont directement impliqués dans la gestion et la création des sites web. Éric Dadian évoque notamment l'initiative Crédit Agricole Store. La banque a mis à disposition de ses clients une page web leur permettant de créer des services innovants sous la forme d'applications. Leur développement est effectué par des éditeurs tiers mais c'est à la DSI du Crédit Agricole de les intégrer à ses magasins d'application et d'assurer leur cohérence avec les autres systèmes. « *Les clients prennent le pouvoir sur les sites web* », déclare Éric Dadian. La GRC n'est toutefois pas la seule entité à solliciter la DSI pour intégrer des contenus et des procédés au site web.

Dans la même logique que les directeurs de la relation client, les directeurs des ressources humaines voient dans les sites web un instrument efficace pour approcher des candidats au recrutement. Pour Philippe Canonne, il faut distinguer plate-forme et contenu. Dans le cadre de la marque employeur, la DRH met en place une stratégie web axée sur différents contenus et définit donc ceux-ci. La DSI devra ensuite faire en sorte qu'ils soient correctement intégrés à l'écosystème et aux sites de l'entreprise. « *Je décide de la stratégie web de la marque employeur mais tout doit être validé par le marketing* », rappelle toutefois Philippe Canonne.

Communication et marketing chapeautent les sites web

Dans le cadre des entreprises, c'est principalement le marketing qui est chargé de la gestion du site web. « *Il est au cœur de notre stratégie digitale* », rappelle Benoît Douxami, directeur développement marketing et communication de la Mutuelle Générale. Celle qui gérait, fin 2012, près de 1,4 million de clients, a décidé de rénover son site web pour début 2014, justement à l'initiative de la direction marketing. Elle recueille avec la maîtrise d'ouvrage les propositions des autres directions opérationnelles et collabore aussi avec la DSI pour ce qui est de l'aspect technique, explique Benoît Douxami. Ce schéma semble d'ailleurs être standard dans les entreprises. « *Les directives fonctionnelles sont adressées par le marketing à la DSI* », résume Christophe Merckens, DSI de l'intégrateur Devoteam et membre de l'association nationale des directeurs de systèmes d'information (ANDSI).

Du côté des institutions publiques, le schéma est en théorie quelque peu différent dans la mesure où l'on ne trouve pas, du moins nominativement, de direction marketing. « *C'est le service communication qui gère la stratégie et le design du site* » explique Didier Vescovi Directeur Adjoint et ancien DSI de la Ville de Cannes. Il est rejoint sur ce point par Yvonne Gellon, Présidente du CoTer Club et DSI de la communauté d'agglomération Grenoble Alpes Métropole.

L'organigramme décisionnel autour de la gouvernance stratégique des sites varie donc peu suivant les entreprises ou les institutions. Mais si l'aspect technique reste en théorie l'apanage des DSI, en pratique leur rôle reste très différent suivant les organisations.

Les DSI simples fournisseurs de services techniques ou acteur du site web ?

Pour Christophe Merckens, « *la DSI est devenue un intégrateur de services digitaux* ». Dans le cadre de la refonte complète du site de Devoteam, la direction des systèmes d'information n'a pas pris part à sa conceptualisation et s'est occupé principalement d'assurer son fonction-

LES PROCÉDURES DOIVENT CHANGER

Dans la plupart des entreprises et des institutions, petites ou grandes, le même schéma de gouvernance semble se répéter. Les différents services, DRH, DRC, etc. adressent leurs demandes aux services de marketing ou de communication, suivant l'organisation. Ceux-ci en vérifient la conformité avec la stratégie globale du site et les envoient finalement à la DSI. Enfin, la DSI va se charger de son intégration et de son exploitation.

Les DSI semblent souvent tenus à l'écart des décisions stratégiques prises autour du site web. Ils peuvent pourtant faire évoluer ces directives et permettre aux autres directions opérationnelles de devancer la concurrence. Ainsi, en proposant

des technologies innovantes aux différentes directions opérationnelles plutôt que de simplement répondre à leur demande, la DSI de la Mutuelle Générale a valorisé son travail. Mais elle a aussi permis à l'entreprise d'acquiescer une certaine avance par rapport à la concurrence, comme le proclame Benoît Douxami, directeur marketing de la mutuelle. En participant aux discussions sur la gouvernance des sites web, les directeurs des services d'informations peuvent anticiper les demandes des autres entités de l'entreprise. Cela leur permet non seulement d'y répondre plus efficacement mais aussi de proposer des technologies qui pourraient enrichir les idées de départ. ■



La DSI est devenue un intégrateur de solutions technologiques

Christophe Merckens
DSI de Devoteam et
membre de l'ANDSI

nement. Une partie de son développement a d'ailleurs été réalisée par des partenaires extérieurs. Le rôle de la DSI semble donc se limiter de plus en plus au choix des technologies nécessaires au bon fonctionnement du site et d'assurer leur support technique. « *On a transformé le métier des gens* », explique Christophe Merckens, « *la DSI est devenue un intégrateur de solutions technologiques* ».

La DSI en charge de l'hébergement

Ce marquage peut paraître encore plus franc du côté de la communauté d'agglomération Grenoble Alpes Métropole. « *La DSI rédige un cahier des charges pour trouver des partenaires qui s'occuperont du développement du site* », raconte Yvonne Gellon, « *nous en assurons uniquement l'hébergement* ».

Toutefois, les directeurs des systèmes d'information peuvent aussi devenir acteurs du site. « *La DSI vient nous proposer des technologies et des innovations auxquelles nous n'aurions pas pensé* », observe Benoît Douxami, « *on échange beaucoup sur les aspects techniques du site* ». À la Mutuelle Générale, la DSI reste une véritable force de proposition. Dans le cadre de la refonte du site, la direction des systèmes d'information est mise à forte contribution et prend activement part à sa réalisation. Les idées technologiques qu'elle apporte permettent la réalisation de choses que les autres directions opérationnelles n'auraient pas forcément cru possible. Benoît Douxami se réjouit de cette organisation qui, selon lui, permet à la Mutuelle Générale d'avoir un site de meilleure qualité que ses concurrents.

Si la DSI souhaite rester un acteur du site web des entreprises, elle doit donc prendre les devants. Plutôt que de fournir les technologies nécessaires à la réalisation des projets des autres directions opérationnelles, elle doit proposer celles qui pourraient leur permettre de prendre l'avantage sur la concurrence. Cela nécessite donc une veille constante pour déceler quelles technologies permettraient de mettre en œuvre des nouveautés et d'aider les autres entités de l'entreprise.

SaaS et cloud ont le vent en poupe

La gouvernance technique des sites web n'échappe pas au phénomène du cloud. Selon Christophe Merckens, de plus en plus de technologies sont utilisées en mode SaaS (software as a service). Elles apportent plus de souplesse et ne nécessitent pas trop de développement en interne. De plus, les solutions « clé en main » permettent souvent d'être intégrées sans entraîner une coupure du service. De son côté, Benoît Douxami reconnaît lui aussi que le site de la Mutuelle Générale est de plus en plus tourné vers le SaaS.

Plus globalement, Christophe Merckens confie qu'une dynamique cloud a été lancée chez Devoteam. La plupart des technologies du site sont vouées à être intégrées dans le nuage pour gagner en souplesse d'utilisation. « *Devoteam a autant de site web que de pays où il est présent* », rappelle le DSI. Rendre les technologies accessibles par le cloud permet d'avoir des sites web unifiés à travers le monde entier. De plus, cette démarche permet notamment aux DSI de répondre plus efficacement à une nouvelle problématique : celle de la mobilité.

Les sites web doivent être mobiles

Tous les acteurs du site web d'entreprise s'accordent aujourd'hui pour dire que la mobilité est primordiale. Que l'on soit dans des logiques de GRH, de GRC, de marketing ou de communication, la mobilité permet de se rapprocher de la cible. Les DSI se doivent donc de proposer ►

4 RÈGLES D'OR POUR LE SITE WEB D'ENTREPRISE

- 1 **Optimiser un site pour le multi-écran.** Aujourd'hui, les sites se doivent d'être accessibles de partout et offrir la même qualité de service qu'on les consulte sur smartphone, sur tablette ou sur son PC.
- 2 **Faire du site une interface.** Plus qu'une simple vitrine, le site doit permettre à la société d'échanger avec ses clients, avec les candidats au recrutement comme avec ses partenaires.
- 3 **Faire simple et lisible.** Le site doit être facile à utiliser, que ce soit pour les clients ou pour les membres de l'entreprise qui créent et gèrent les contenus.
- 4 **Développer un site performant.** Le site doit être rapide et efficace. Il faut optimiser les capacités d'affichage des contenus, par exemple avec un CDN (content delivery network) et assurer un bon fonctionnement quelque soit sa fréquentation.

des extensions mobiles de qualité pour les sites d'entreprise. À défaut d'avoir une application dédiée, les pages web doivent donc s'adapter à tous les types d'écran. Devoteam a mis en place une solution décisionnelle (BI) « mobile enable », destinée à assurer la disponibilité des services de l'entreprise où que l'on soit et sur n'importe quel support.

Le multi-terminal incontournable

Du côté de la Mutuelle Générale, la disponibilité du site sur tous les supports fait partie du cahier des charges pour la grande refonte de début 2014. Benoit Douxami parle notamment, après la mise en place du « click-to-call », de déployer des solutions mobiles de « click-to-chat » pour pouvoir se rapprocher du client. Pour la DSI, le but n'est pas de mettre en place un site pour chaque support mais bien de faire en sorte qu'un seul et unique site s'adapte à chacun d'entre eux. ■

Oscar Barthe

Mardi 26 novembre 2013

Centre de Conférences Etoile Saint-Honoré Paris 8e • de 8 h 30 à 12 h 30



TRANSFORMATION DE LA DSI

Accompagner et induire la transformation de son entreprise

Le poids de l'existant et la résistance au changement bloquent la création d'une DSI efficiente. Face aux enjeux, le leadership du DSI doit permettre de créer une informatique innovante créatrice de valeur ajoutée business.

Le succès passe par l'adoption des vagues technologiques pertinentes et le déploiement de l'organisation IT adaptée, transformant la DSI en ensemble, courtier de solutions internes ou externes.



INSCRIVEZ-VOUS

Conférence gratuite réservée aux décideurs informatiques des entreprises utilisatrices.

PUBLI-REDACTIONNEL

CONFÉRENCE STRATÉGIQUE

CONFÉRENCE ORGANISÉE LE 24 SEPTEMBRE 2013 PAR CIO

Le décisionnel à l'heure de la pertinence métier *Optimiser la gouvernance et la représentation des données*

Le 24 septembre 2013, CIO a organisé une conférence sur les manières d'optimiser la gouvernance et la représentation des données pour un décisionnel au service des métiers. La conférence a été réalisée en partenariat avec Informatica, Capgemini, SAS, Qliktech, Information Builders et Microstrategy.

Pour la deuxième année consécutive, le décisionnel est la première priorité des métiers vis-à-vis de la DSI selon notre baromètre » a rappelé Henry Peyret, Analyste principal du cabinet d'analyse Forrester Research. Il a ouvert ainsi la conférence « Le décisionnel à l'heure de la pertinence métier » organisée par CIO le 24 septembre 2013 au Centre d'Affaires Paris Trocadéro avec le soutien d'Informatica, Capgemini, SAS, Qliktech, Information Builders et Microstrategy. Mais l'usage approprié d'outils décisionnels passe aujourd'hui par une gouvernance des données et le développement d'outils de visualisation adaptés aux attentes des utilisateurs finaux.

Big Data : tout prendre et choisir après

Le Big Data est un des grands vecteurs du développement du décisionnel précisément parce qu'il incorpore aux données traitées de nouvelles données très variées, de nouveaux volumes plus importants et une nouvelle vitesse allant jusqu'au temps réel. « Pour accroître la réactivité dans la réponse aux demandes des métiers, l'approche Big Data évite de sélectionner et pré-digérer les quelques données qui feront l'objet d'analyses prévues : on met tout dans le système décisionnel avant de savoir ce que l'on va en faire pour pouvoir réagir rapidement à toute nouvelle requête » a expliqué Bruno Labidoire, Directeur Technique Europe du Sud d'Informatica.

Malgré tout, il faut que les données intégrées soient pertinentes, ce qui implique notamment qualité et vitesse. L'étude de cette question a été l'objet d'une première table ronde réunissant Nathalie Barthélémy (Présidente de l'association ExQI, EXcellence et Qualité des Informations), Philippe Guiraud (Responsable du domaine fonctionnel décisionnel de SMACL Assurances), Fabrice Lhérault (BI Manager de Vinci Energies) et Gaëlle Périat (Responsable données et analytique chez Iscool Entertainment).

Savoir gérer les données

La pertinence des données est au cœur du retour sur investissement des systèmes décisionnels. Fabrice Otano, VP en charge de l'offre Big Data de Capgemini France, a d'ailleurs observé : « Afin de digérer les grands volumes de données inhérents au Big Data, les projets de gouvernance de données sont avant tout des projets business et organisationnels gérés par un Chief Data Officer. »

Rendre utilisables les données

« Le Dark Data, c'est l'accumulation de données qui sont peu ou mal utilisées » a spécifié Mouloud Dey, Directeur Solutions et Marchés Emergents de SAS. La DSI doit donc accompagner les métiers dans leur usage des données pour que celles-ci deviennent des informations. L'équilibre entre DSI et métiers, avec la répartition associée des rôles, doit donc être redéfini pour assurer la pertinence, la réactivité, l'acceptation de la complexité et l'appropriation du Big Data par les utilisateurs finaux.

Disposer de rapports compréhensibles

L'exploitation réelle des données suppose aussi qu'elles soient présentées d'une façon ergonomique, attractive et avec un niveau de fraîcheur suffisant. Chez Lagardère Active, le pilotage de sa régie publicitaire a été transformé grâce à QlikView. Ali Ait Tayeb, Responsable IT Publicité de Lagardère Active se réjouit : « nous disposons désormais d'une vision globale du business sur une seule page et avec une réactivité bien plus importante. »

La visualisation des données transformées en informations permet donc de donner de la valeur métier. Ce sujet a été étudié au cours de la seconde table ronde de la conférence qui réunissait : Laurent Chauvirey (Responsable d'équipe projet IRP Web Solutions chez BNP Paribas Securities Services), Jean-Jacques Jesua (Membre de Visual Decision, l'association française des professionnels de la data visualisation), Frédéric Magnard (Chef de projet Business Intelligence chez Adecco) et Jérôme Tharaud (Responsable études et développement chez Prisma Media).

Analyser les données issues des réseaux sociaux

Le type le plus difficile de données à traiter est probablement constitué des données non-structurées issues des réseaux sociaux. « Nous avons, aux Etats-Unis, réussi à expliquer le décrochage en marge et en satisfaction client d'une chaîne de distribution d'électronique suite à l'analyse des discours sur les réseaux sociaux : les boutiques récemment rachetées étaient mal intégrées au système d'information » se souvient Eric Mokemat, Directeur Technique, Information Builders France.

Disposer en tous lieux des rapports

Enfin, il ne faudrait pas oublier que voir les informations est sans doute bien mais les voir en tous lieux, sur tous terminaux, est mieux. Laurent Lee, responsable avant-vente chez Microstrategy, a averti : « Il faut, pour cela savoir mixer de la BI mobile classique pour le pur décisionnel et les Apps mobiles pour traiter des besoins opérationnels ». ■

Pour en savoir plus



Retrouvez
les vidéos
et les présentations
de cet événement
sur CIO Online



Les petits secrets des déploiements ratés d'iPad en entreprises

Déployer des iPads dans les entreprises est une grande idée. Nombreuses sont celles désireuses de lancer des programmes pilotes. Cependant, la réalité est que ces programmes peuvent traîner pendant des années et, dans certains cas, des milliers d'iPads restent dans les cartons en attendant le feu vert pour un déploiement. Nos confrères américains de CIO.com ont relayé l'expertise d'un spécialiste.

Aaron Freimark, CTO de Tekserve, une société de conseil spécialisée sur les produits Apple, s'est adressé à une salle comble lors du Connect AirWatch. Cet événement destiné aux utilisateurs s'est déroulé à Atlanta début septembre. En ouvrant son intervention sur « 7 erreurs courantes de déploiement d'iPad à éviter », Aaron Freimark a demandé à la foule : « Combien d'entre vous ont mené un pilote d'implémentation d'iPad dans vos entreprises qui dure depuis plus de deux ans ? »



Quelques âmes courageuses ont timidement levé leurs mains tandis que le reste des participants a éclaté de rire nerveux. Il semblait que tout le monde a été pris dans le même mensonge. La vérité est que de nombreux professionnels de l'informatique sont confrontés à des impasses concernant des projets pilotes d'implémentation d'iPad. Et ces impasses menacent de faire dérailler un plus grand déploiement. « C'est le sale petit secret des iPads », a expliqué Aaron Freimark.

Tekserve connaît tous les problèmes de déploiements d'iPad après avoir été sur le feu depuis l'iPad original sorti au printemps 2010. Tekserve était impliqué dans l'un des premiers déploiements de l'iPad et, plus tard, l'un des plus importants à l'époque (7 000 iPads dans les restaurants d'aéroports à travers le pays).

Les iPads peuvent-ils sortir des cartons pour rejoindre l'entreprise ?

Les blocages de programmes pilotes concernant des implémentations d'iPad en entreprises sont devenus de plus en plus courants, même si Apple a fait des progrès dans l'assistance aux entreprises. Apple a remanié son accord d'achat de volume pour faciliter les achats en vrac et apporte de nombreuses fonctionnalités destinées aux entreprises avec iOS 7. Par exemple, il existe désormais une conteneurisation native pour séparer et isoler ce qui concerne l'entreprise et les applications personnelles sur un iPhone ou un iPad. De la même façon, Apple Configurator est considéré par beaucoup comme un outil puissant pour le déploiement d'appareils sous iOS. Néanmoins, des milliers d'iPads continuent d'être coincés dans les cartons. ▶

Voici juste quelques exemples donnés par Aaron Freimark. Un distributeur détaillant du Minnesota a 1 500 iPads qui ont été stockés dans un entrepôt pendant des années. Un transporteur a 20 000 iPads qui attendent d'être déployés mais les résultats du projet pilote ne permettent pas de prévoir un déploiement.

Le distributeur textile de haut de gamme Tiffany a eu des iPod Touch destinés à être utilisés en tant que dispositifs de point de vente entassés dans un placard pendant deux ans. La situation a perduré jusqu'à ce que Tekserve débloque la situation. Tekserve a également sauvé les programmes pilotes d'iPad de Cablevision et d'autres entreprises encore.

« C'est un peu effrayant, non ? » a interrogé Aaron Freimark. Il a relevé aussitôt : « c'est tout de même beaucoup d'argent qui part à la poubelle ! »

Pourquoi les pilotes tournent court

Le problème des pilotes d'implémentations d'iPad qui tournent court est délicat à résoudre car il y a beaucoup de raisons pour que ces pilotes s'enlisent. Ces raisons couvrent toute la gamme possible. Les pilotes peuvent dérailler quand la DSI est soit pas assez soit trop impliquée. Les pilotes peuvent se coincer lorsque des considérations stratégiques d'évolutivité ne sont pas bien pensées. Et il ne faut pas non plus oublier les formations pratiques aux usages de l'iPad insuffisantes.

Il y a quelques années, un détaillant de produits de luxe a voulu donner des iPads à ses chefs de districts. Le groupe a sélectionné Tekserve pour déployer les iPads avec comme condition que Tekserve n'implique pas le service informatique. La DSI avait en effet la réputation d'ériger des barrages pour bloquer l'adoption de nouveautés technologiques. Après avoir reçu leurs nouveaux iPads, les gestionnaires de district se sont connectés en même temps et ont fait tomber le serveur Lotus Notes. Il va sans dire que la DSI n'était pas très heureuse.



Aaron Freimark, Tekserve

Quand la DSI arrive tardivement sur un pilote d'implémentations d'iPad ou quand il s'agit d'un déploiement sauvage, les informaticiens freinent à fond les projets. Les informaticiens n'ont jamais eu beaucoup de respect pour les iPad, trop faciles à utiliser, et les voient plutôt comme une menace pour les pratiques informatiques traditionnelles. Et la DSI prend souvent son temps pour mettre en place des mesures raisonnables, en particulier lors de la sécurisation des iPads. En d'autres termes, les pilotes d'implémentations d'iPad peuvent voir leur durée glisser longtemps quand la DSI est trop impliquée.

« Maintenant, la DSI veut tout contrôler », observe Aaron Freimark. Il poursuit : « beaucoup d'entreprises vont vraiment trop loin en matière de volonté de contrôles. »

L'année dernière, Tekserve a commencé à aider la direction d'OTG, un exploitant de restaurants d'aéroports, au lancement d'un projet pilote d'implémentation d'iPad au sein de l'entreprise. OTG avait des projets ambitieux comme mettre 7 000 iPads dans quatre restaurants d'aéroports nord-américains dans les 18 mois. La direction souhaitait voir les clients commander les plats et les boissons sur un iPad et ainsi doper les ventes.

Mais la DSI s'inquiétait que les iPads soient volés ou endommagés. Elle a donc placé les tablettes dans des coques volumineuses. Du coup, les clients n'ont pas vraiment utilisé les tablettes durant les tests.

Quand OTG a réexaminé le pilote, il a décidé de supprimer les coques en faveur d'une station d'accueil conviviale pour iPad qui permettrait aux clients de tenir l'iPad dans leurs mains, de jouer à des jeux et de garder trace de leurs horaires de vol.



Les iPads peuvent être utilisés comme des terminaux à la disposition des clients, par exemple dans des restaurants.

Franchement, quels iPad utiliseriez-vous ? Après avoir remplacé les terminaux, OTG a vu les commandes augmenter considérablement. Maintenant OTG est passé au déploiement complet, en doublant la taille du déploiement au cours des six derniers mois.

Tekserve a également utilisé un script AppleScript pour sortir le pilote de Cablevision de l'enfer. L'année dernière, Cablevision a essayé de mettre 4 000 iPads dans les mains des techniciens de terrain et a signé un contrat de support pour aider à gérer un projet pilote de 140 iPad. Le temps passé à la configuration des tablettes était à deux doigts de faire abandonner le projet par Cablevision selon Aaron Freimark.

Mais Aaron Freimark a trouvé un moyen de contourner le cauchemar de la configuration grâce à un script AppleScript qui automatise la création d'Apple ID.

Pourtant, Apple est loin d'être parfait lorsqu'il s'agit d'aider les entreprises à adopter les iPads. Par exemple, Apple ne vend les iPad qu'à l'unité et ne condescend à vendre des ensemble de dix iPad qu'aux établissements d'enseignement, pas même à Tekserve. Attendez-vous donc à des monticules de débris d'emballages lors du déploiement de centaines, voire de milliers, d'iPads.

Cablevision n'est cependant pas tombé dans le piège de la sécurité. Il a donné aux techniciens de terrain un sentiment de propriété sur les iPads, leur permettant de télécharger des applications sur l'App Store et de les utiliser pour un usage personnel. Les résultats parlent d'eux-mêmes.

En effet, sur 4 000 iPads, seuls 15 sont revenus endommagés (y compris les problèmes de logiciels). C'est moins d'un demi pour cent d'échec, largement en dessous du taux moyen constaté dans les déploiements sur le terrain, de l'ordre de 5 %. En outre, les techniciens de terrain de Cablevision, en surfant sur l'AppStore, ont trouvé l'application Google Translate, qui s'est avérée être extrêmement utile dans leur travail.

« Si vous cessez de traiter vos clients et vos employés comme des criminels, ils vont vous en récompenser » soutient Aaron Freimark.

Même les utilisateurs d'iPad ont besoin de formation

Une autre raison pour avoir une gueule de bois avec un pilote iPad est la formation insuffisante des salariés.

On pense trop souvent que tout le monde va savoir comment utiliser l'iPad tout droit sorti de la boîte, mais ce n'est pas vrai. Il y a même un problème particulier avec l'iPad : ceux qui ne savent pas faire quelque chose ne vont pas demander de peur d'être vus comme stupides. Il peut en résulter un couple de mauvais comportements : Les employés évitent d'utiliser l'iPad, ce qui conduit à un projet pilote qui ne montre pas des rendements suffisamment pour justifier un déploiement à grande échelle. Il peut aussi arriver que les employés essaient de trouver des réponses par eux-mêmes.

« Si vous ne fournissez pas une formation aux utilisateurs, vous êtes simplement en train d'externaliser votre service d'assistance chez Google » soupire Aaron Freimark. Il poursuit : « soit ils ne l'utiliseront pas soit ils vont essayer les réponses apportées par Google alors qu'il y a beaucoup d'informations fausses sur Google. »

La mauvaise planification du déploiement à grande échelle, l'anxiété de la DSI, les inquiétudes sur la sécurité et la formation interne insuffisante ont tué de nombreux pilotes d'implémentations d'iPad selon Aaron Freimark. Son discours a été confirmé par l'affluence et la réaction de la foule à son intervention à l'AirWatch Connect.

Beaucoup voulaient savoir comment sortir de la pagaille dans laquelle ils étaient.

Aaron Freimark soupire : « des entreprises qui ne peuvent pas dépasser le stade du pilote, nous en avons vues encore et encore et encore. » ■

Tom Kaneshige – CIO.com / Adaptation/Traduction : Bertrand Lemaire

Pour en savoir plus



Retrouvez

la version originale
sur
CIO.com



« En tout premier lieu, les TIC doivent simplifier la vie des citoyens »

Ancien cadre administratif et informatique, Jean-Claude Schouteten est aujourd'hui Adjoint au Maire de Tourcoing, Michel-François Delannoy, en charge des affaires administratives et des technologies nouvelles. Il explique les attentes d'un élu de terrain vis-à-vis des TIC.



CIO : *La ville de Tourcoing appartient à la Communauté Urbaine De Lille (CUDL). Avez-vous des initiatives partagées au niveau de l'ensemble de la métropole en matière de numérique ?*

Jean-Claude Schouteten : Ici, on peut traverser la rue pour passer dans la ville voisine... Donc, oui, bien sûr, nous menons des initiatives communes dans de nombreux domaines, dont le numérique. Le schéma directeur de l'accès numérique est d'ailleurs à la fois départemental et communautaire. De la même façon, la ville dispose d'une DSI et la CUDL également.

CIO : *Disposez-vous d'un système d'information partagé avec les autres collectivités et administrations ?*

Jean-Claude Schouteten : Nos applicatifs sont essentiellement internes mais certains sont partagés. Sans toujours partager des applicatifs au sens strict, nous échangeons avec les autres villes et les autres administrations, les notaires ou la sécurité sociale selon trois axes de travail : les relations citoyens, les relations inter-administratives et l'amélioration interne.

CIO : *Bénéficiez-vous de partage d'expériences avec d'autres villes ?*

Jean-Claude Schouteten : Tout à fait. Nous avons la volonté de ne pas réinventer la roue en partageant les expériences avec les autres villes.

Le parapheur électronique constitue une bonne illustration de cela. En nous inspirant de ce qui avait pu être fait ailleurs, nous avons mis en place cet outils qui permet aux responsables d'approuver les documents sans recevoir physiquement un lourd classeur, y compris en mobilité avec un smartphone ►

TOURCOING EN BREF

Avec près de 92 000 habitants, Tourcoing est la troisième ville de la métropole lilloise (CUDL, Communauté Urbaine De Lille), derrière Lille (227 000 habitants) et Roubaix (99 000 habitants), la quatrième de la région Nord Pas-de-Calais derrière Dunkerque Grande Synthe (94 000 habitants). Son existence attestée depuis l'année 1080 (1056 pour Lille) aboutit à sa création en tant que commune en 1790. Tourcoing est bordée au Nord-Est par la frontière avec la Belgique et la ville de Mouscron.

Historiquement, l'activité de la ville est dominée durant des siècles par l'industrie textile, notamment de la laine. La crise du textile aboutit à un développement autour de trois nouveaux pôles : l'image, les textiles innovants et le design. Sa mutation repose également sur la création de cinq

éco-quartiers et la réhabilitation des friches industrielles. Abritant l'un des terminus du Mongy, le tramway de la métropole lilloise, la ville est également traversée par une ligne de métro automatique.

La ville a lancé un plan de modernisation et d'e-administration il y a quatre ans à l'initiative du maire de la ville, Michel-François Delannoy. Ce plan avait trois objectifs : dématérialiser les processus, proposer des télé-services pertinents et moderniser le fonctionnement interne des services. Grâce à ce plan, les délais de réponse aux administrés ont été divisés par quatre. Le parapheur électronique est l'un des projets menés dans ce cadre.

L'administration de la ville gère en tout 14 sites. ■

si c'est très urgent et que le maire est en déplacement. L'approbation d'un courrier peut ainsi passer de 8-10 jours à 10 minutes.

De plus, les agents en charge du transport des parapheurs ont pu être réaffectés à des métiers plus valorisants.

CIO : *Au-delà de la discussion sur de bonnes pratiques, pouvez-vous donner un exemple de partage de données ?*

Jean-Claude Schouteten : Bien sûr. Un bon exemple est l'échange institué entre la sécurité sociale et la ville.

Côté ville, nous avons un soucis sur le recensement des jeunes de 16 ans pour la « Journée Défense Citoyenne » [ex-Journée d'Appel et de Préparation à la Défense, anciennement « les trois jours », NDLR], en particulier pour les filles. Ce problème persistait malgré les relais dans les collèges et les lycées. Ce recensement est également important, au-delà de l'obligation légale, car il entraîne quasi-automatiquement l'inscription sur les listes électorales. Or, à cet âge, la sécurité sociale a déjà eu à rembourser des soins à la plupart de ces jeunes et disposait donc d'informations sur eux.

Pour sa part, la sécurité sociale avait un souci sur la prise en charge des soins néo-nataux. Lorsqu'un bébé qui vient de naître a besoin de tels soins, les parents sont en effet perturbés. Ils ne songent pas prioritairement à mener toute une série de démarches administratives, ce qui peut entraîner des complications financières. Or l'Etat Civil est présent à l'hôpital au travers d'un bureau décentralisé et enregistre la naissance avec les identités des parents. Nous avons donc, au niveau de la mairie, les informations nécessaires pour rattacher l'enfant au bon assuré et ainsi assurer sa prise en charge de manière convenable sans ennuyer davantage les parents.

Nous avons donc mis en place un échange : le fichier des jeunes de 16 ans contre celui des nouveaux-nés. Bien entendu, nous avons travaillé ensemble, ainsi qu'avec la CNIL, sur le chiffrage et la sécurisation des données.

CIO : *En quoi cet échange est-il exemplaire ?*

Jean-Claude Schouteten : D'une part parce qu'il s'agit d'un vrai partenariat où tout le monde y a gagné : la sécurité sociale, la mairie, les parents, les adolescents... D'autre part, parce qu'il répond à la préoccupation d'un élu comme moi : les TIC doivent en tout premier lieu simplifier la vie des citoyens.

CIO : *Comment se déroule la prise de décision d'un projet en matière TIC, notamment du point de vue de la répartition des rôles entre la DSI et le niveau politique ?*

Jean-Claude Schouteten : En général, l'idée et la définition de la priorité se font au niveau politique, au Conseil d'Orientation. Dans un deuxième temps, l'élu responsable et les techniciens concernés montent un dossier de projet et le Conseil d'Administration de l'établissement concerné attribuent un budget par une validation politique.

Dans le cas du partenariat avec la sécurité sociale, la situation a été un peu particulière puisque j'y travaillais encore lors de la conclusion. Cela a simplifié les choses.

CIO : *La ville a-t-elle une politique d'infrastructures très haut débit au bénéfice des citoyens ?*

Jean-Claude Schouteten : Le Schéma des Accès Numériques comprend une négociation pour du FTTH à l'échelle de l'ensemble de la métropole. D'ici fin 2013, Orange va ainsi déployer la fibre sur le tiers de la population de Tourcoing. Une deuxième tranche est prévue. ▶

JEAN-CLAUDE SCHOUTETEN : UN ÉLU ISSU DE L'INFORMATIQUE

Né en décembre 1945, Jean-Claude Schouteten a une formation d'aide-comptable. Il entre très rapidement à la Sécurité Sociale où il réalise l'ensemble de sa vie professionnelle.

Il occupe d'abord des emplois administratifs et suit une carrière qui le mène de technicien à agent de maîtrise. Lauréat du concours de cadre en 1968, il prend des responsabilités dans la gestion des ressources humaines et la paye.

De 1983 à 1986, il suit une formation au CNAM qui lui permet de devenir cadre fonctionnel en organisation et en informatique.

En 1993, il prend la responsabilité des études et de l'organisation informatique. Il prend sa retraite en 2004.

Il se consacre alors entièrement à ses fonctions d'élus. Conseiller municipal de Tourcoing depuis 1995, il devient adjoint au maire Michel-François Delannoy en 2001.

Ses délégations aux affaires administratives auxquelles s'ajoute, à partir de 2008, celle des technologies nouvelles le place au cœur du métier de la mairie (Etat-Civil, questions juridiques...). ■

De plus, à chaque fois que nous avons réalisé des travaux de génie civil sur des artères, nous avons prévu la pose de fourreaux, même s'il n'y avait pas de câble posé dedans. Ces fourreaux sont disponibles pour tout opérateur le souhaitant contre paiement d'une redevance.

De plus, comme la ligne 2 de métro traverse la ville, nous l'avons utilisée pour faire passer dans ses infrastructures les backbones.

Le FTTH est très important pour Tourcoing car notre ville est très proche de la frontière et est donc loin des centraux téléphoniques. Le débit ADSL est donc plutôt faible ici.

CIO: *Le FTTH, comme l'e-administration et d'une manière générale les TIC contribuent-ils à attirer de la population et des entreprises ?*

Jean-Claude Schouteten: Pour les entreprises, c'est tout à fait certain. C'est même fondamental. Des entreprises se sont installées précisément aux endroits de passage de grands backbones. Cela a notamment permis d'installer un centre d'appel d'une centaine de salariés.

Le passé textile de la ville a fait sa richesse durant des siècles. Aujourd'hui, il nous reste de nombreuses friches industrielles. Celles-ci constituent une réserve foncière pour créer des entreprises, par exemple de grands centres d'appel. ■

Bertrand Lemaire

Mardi 10 décembre 2013 • Centre d'Affaires Paris Trocadéro Paris 16^e • de 8 h 30 à 12 h 30



INNOVATION 2014: DE L'ENTREPRISE 2.0 A LA SOCIÉTÉ NUMÉRIQUE

La feuille de route 2014 des DSI

L'informatique d'entreprise s'intègre progressivement à un monde numérique omniprésent et perversif, gommant les frontières entre les outils personnels et les systèmes d'information professionnels. Le DSI, gardien du temple, doit se placer à l'avant-garde de l'innovation au service de l'entreprise en collaboration étroite avec les directions métiers dans un écosystème d'innovation ouvert.



INSCRIVEZ-VOUS

Conférence gratuite réservée aux décideurs informatiques des entreprises utilisatrices.

QUI FAIT QUELQUECHOSE POUR LE SITE WEB ?



QUI EST RESPONSABLE DU SITE WEB ?



Inscrivez-vous dès à présent aux conférences 2013-2014 sur cio-online.com

26 novembre 2013

TRANSFORMATION DE LA DSI

Refondre l'IT pour accompagner la transformation de l'entreprise

10 décembre 2013

INNOVATION 2014 : DE L'ENTREPRISE 2.0 A LA SOCIÉTÉ NUMÉRIQUE

La feuille de route 2014 des DSI

28 janvier 2014

LE POSTE DE TRAVAIL, FER DE LANCE DE L'ENTREPRISE NUMÉRIQUE

Comment l'ubiquité numérique transforme les organisations

Pour toute demande concernant CIOpdf : cio-abonnement@it-news-info.com - N° de téléphone dédié : 03 27 32 26 29

Une publication de :

IT NEWS INFO - 40 boulevard Henri Sellier 92150 Suresnes • Tél. : 01 41 97 61 45

Chef des informations : Bertrand Lemaire • blemaire@it-news-info.com

A participé à ce numéro : Oscar Barthe

Principaux associés : Adthink Media et International Data Group Inc.

Président : Bertrand Gros

Directeur de publication : Marc Lavigne Delville

Directeur général : Jean Royné

Président du groupe Adthink Media : Sylvain Morel

Réalisation : Rémy Beaudégel

SEPIA Studio - 6 rue Jules Simon 92100 Boulogne

CIO est édité par IT NEWS INFO, SAS au capital de 3 000 000 €

Durée de la société :

jusqu'au 7 septembre 2106

Siret : 500 034 574 00029 RCS Nanterre

L'espace "Actualité juridique des DSI"

CIO-Online vous propose un espace dédié à l'actualité juridique des DSI et des managers IT. Il est réalisé en partenariat avec le cabinet Féral-Schuhl Sainte-Marie et Maître Féral-Schuhl, auteur de "Cyberdroit", batonnière élue du barreau de Paris.

Retrouvez dans cet espace l'essentiel de l'actualité du domaine et inscrivez-vous à la newsletter mensuelle.

The screenshot shows the CIO website interface with a navigation bar at the top containing: ACTUALITE | PAROLES DE | EXPERTISES | CIO TV | CONFERENCES | LIVRES BLANCS | PARTNER ZONE | NEWSLETTER | RSS. Below the navigation bar, there are several content blocks:

- Actualité juridique des DSI:** A featured article titled "Le BYOD maîtrisé" by Etienne Papin, Avocat associé du cabinet Féral-Schuhl / Sainte-Marie. The article discusses Bring Your Own Device (BYOD) and its legal implications. A "Lire la suite" link is provided.
- CIO.pdf:** A box indicating that CIO is available in PDF format directly in the user's email inbox.
- CIO club:** A registration box with fields for "E-MAIL" and "MOT DE PASSE", and a "Créez votre compte" button.
- Webinaire à la demande:** A box for a VMware webinar, with an "INSCRIVEZ-VOUS" button.
- CIO Événements:** A box stating that CIO organizes strategic legal events in technology.
- CIO TV:** A box stating that CIO provides weekly content.

