

ÉDITO

Les objets connectés vont constituer une révolution technologique et des usages pour le grand public. Mais les conséquences pour les entreprises et les DSI sont également importantes. Il va falloir fournir des services en lien avec cet Internet des Objets tant promis mais aussi exploiter les services déjà en place. Voilà qui constitue un défi considérable.

SOMMAIRE

GUIDE SOLUTIONS

Objets connectés :

les DSI doivent se préparer à la déferlante **p. 1 à 3**

INTERNATIONAL

La 4G embarquée dans les voitures va amener un potentiel de services considérable **p. 5 à 7**

SYSTÈMES D'INFORMATION ET MÉTIERS

Les DSI au cœur de la démarche d'intelligence économique **p. 9 à 11**HUMEUR **p. 12**

GUIDE SOLUTIONS

Objets connectés : les DSI doivent se préparer à la déferlante

Au Consumer Electronic Show (CES) de Las Vegas, l'internet des objets était sur toutes les lèvres. Les objets connectés semblent promis à devenir la prochaine révolution de l'informatique grand public. Mais le monde de l'entreprise ne sera pas épargné.

Selon le cabinet d'études IDC, le marché des objets connectés représentera 6 460 Md\$ en 2020, pour Cisco ce serait plutôt 14 400 Md\$. Une chose est donc sûre, même s'il n'y pas consensus sur les chiffres, l'internet des objets représentera une part non négligeable de l'avenir du marché des TIC. Le rachat de la start-up Nest, spécialisée dans les thermostats et les détecteurs de fumée connectés, pour 3,2 Md\$ par Google va dans le même sens. Lors du CES (Consumer Electronic Show), la grand-messe de l'électronique grand public qui s'est tenue du 7 au 10 janvier 2014 à Las Vegas, l'internet des objets a cristallisé toutes les attentions et était présent sur de nombreux stands. Pour l'instant, les objets connectés semblent plutôt, pour les usages, s'adresser au grand public mais ils génèrent des données qui peuvent devenir très précieuses pour les entreprises. Les DSI ont donc désormais à s'en préoccuper.

Les objets connectés créent des données, donc de la valeur

Il serait naïf de croire que Google a racheté Nest pour 3,2 Md\$ uniquement dans le but de prendre pied plus rapidement sur le marché, effectivement prometteur, de la domotique. La ►



Tout le monde a compris qu'avec les données, on crée de la valeur

Fabrice Benaut
IFR Monitoring

majeure partie du chiffre d'affaires du géant de Mountain View provient de la publicité et surtout de la précision avec laquelle il peut l'adresser. Via les thermostats ou les détecteurs de fumée de Nest, Google va sûrement collecter des données nouvelles sur le comportement et les habitudes des consommateurs et donc affiner encore plus son ciblage publicitaire. Dans cette optique, les données collectées par Google deviennent de l'or.

« *Aujourd'hui, tout le monde a compris qu'avec les données on pouvait créer de la valeur* », déclarait Fabrice Benaut, le DSI d'IFR Monitoring, une filiale de GFK, dans CIO.PDF 77. « *Il sera du ressort des DSI de d'assurer la gestion efficace de ces données* », complète Pierre Delort, président de l'ANDSI (Association Nationale des DSI). Les DSI devront ainsi assurer la collecte, ou du moins le sourcing, et la diffusion des données issues des objets connectés au sein de la société. Pierre Delort précise : « *en partageant de façon intelligente les données entre les différentes directions de l'entreprise, le DSI maximise leur valeur* ».

Des données dont la propriété est difficile à définir

Lorsque Google collecte des données via ses services, celles-ci lui appartiennent, mais dans certains cas, la situation est bien loin d'être claire. Pierre Delort évoque notamment le cas d'Airbus. Lorsque l'avionneur vend un avion, celui-ci est truffé de capteurs permettant de suivre l'évolution et le vieillissement des systèmes. Or, aujourd'hui, on ne sait pas à qui appartiennent les données qu'ils produisent. Sont-elles la propriété de l'avionneur ou de la compagnie qui exploite l'avion ? Cette question se pose également dans le cadre des véhicules connectés. Lorsqu'un constructeur automobile comme Audi ou Honda annonce au CES qu'il va équiper ses modèles de voitures de l'OS mobile de Google, Android, nul ne sait, non plus, à qui reviendront ces données. En revanche, tout le monde est d'accord sur le fait que ces données doivent être protégées.

La sécurité des données liées aux objets connectés passera par le smartphone

« *Avec les objets connectés, le smartphone est le coeur de l'écosystème, c'est par lui que transitent toutes les données* », rappelle Gwendal Le Grand, responsable de l'expertise informatique pour la CNIL. Il poursuit : « *au final, c'est lui qui doit être sécurisé* ». Car bien évidemment, les données personnelles collectées via les objets connectés doivent être protégées. « *Ce sont beaucoup de données anodines qui en disent finalement beaucoup sur les gens* », ajoute-t-il. Toutefois, la problématique du smartphone se pose sur certains types d'objets connectés, principalement liés à la domotique et au wearable computing (l'informatique porté sur soi notamment via des vêtements équipés d'électronique) qui ne peuvent exister indépendamment. Or on trouve bien d'autres objets connectés qui demandent à être sécurisés.

C'est notamment le cas des systèmes employant les technologies de type NFC/RFID ou même de simple code barre. « *Quand les premières cartes bleues équipées de puces NFC sont sorties, il suffisait de les scanner pour obtenir le nom, l'historique de paiement et les coordonnées du titulaire* », se souvient Gwendal Le Grand. La CNIL a donc du prendre des mesures pour normaliser et faire sécuriser les puces NFC utilisées dans ce cadre bancaire. ►

INTEROPERABILITÉ ET SÉCURITÉ, LES DEUX MOTS D'ORDRE DES OBJETS CONNECTÉS

« *Aujourd'hui, les objets connectés communiquent entre eux mais chaque constructeur développe son propre écosystème. Rien ne dit qu'un appareil Samsung va fonctionner avec un appareil Archos* », déclare Xavier Barras. Pour que l'internet des objets puisse se développer sereinement, le directeur de l'innovation du GS1 estime qu'ils doivent pouvoir communiquer entre eux de façon optimale. S'ils ne peuvent pas se comprendre, ça ne sert à rien, d'où l'importance de mettre en place des standards et des normes pour la communication entre les objets connectés. « *Dans le domaine du BtoB, cette normalisation est évidente mais dans le BtoC, elle l'est beaucoup moins et il y a un risque d'obsolescence liée au manque d'interopérabilité* », conclut-il.

D'un autre côté, la sécurisation des données liées aux objets connectés est aussi une priorité. Comme l'explique Gwendal Le Grand, responsable de l'expertise informatique pour la CNIL, « *ce sont beaucoup de données anodines qui finalement en disent beaucoup sur les gens* ». Selon l'expert en sécurité Bruce Shneier, les objets connectés n'offrent pas ou peu de sécurisation des données. Si elles circulent effectivement par les smartphones qui sont plus ou moins sécurisés, les objets en eux mêmes offrent très peu de garanties et sont très difficiles à patcher pour combler les failles. Il assure que de gros progrès restent à faire pour assurer une étanchéité parfaite de ces dispositifs. ■



Grâce aux étiquettes RFID, on sait où un objet s'est perdu

Xavier Barras
GS1

Code barre et RFID, un problème de vérification de l'information

Il ne faut pas oublier une chose : une boîte de petit pois, une fois scannée et identifiée via un smartphone ou un autre terminal, devient un objet connecté. Or, il est de plus en plus fréquent que les enseignes de distribution proposent à leurs clients d'identifier les produits pour savoir où trouver le moins cher ou d'où il vient. « *Ici, il faut s'assurer que les informations que trouveront les utilisateurs sur les sites vers lesquelles ils sont dirigés sont véridiques* », déclare Xavier Barras, directeur de l'innovation au GS1, l'organisme chargé, entre autres, de normaliser l'utilisation du code barre et du RFID. Il ajoute : « *ces problématiques se posent notamment dans le cadre de la contrefaçon. Les étiquettes RFID de faux produits peuvent très bien renvoyer vers de faux sites de certification et ainsi induire les utilisateurs ou les acheteurs en erreur. Ce n'est pas tant le système qui a besoin d'être sécurisé mais les informations auxquelles il permet d'accéder* ». Il faut donc s'assurer que les utilisateurs humains comme les machines aient accès à la bonne information.

« *Sur des chaînes de montage ou de logistiques robotisées, il faut que les machines sachent ce qu'elles manipulent : elles ne doivent pas traiter de la même manière une boîte de conserve et un bocal en verre* », explique Xavier Barras. Dans une logique d'objets connectés ou de communication machine-to-machine, il faut absolument s'assurer que chaque information est la même à chaque point de la chaîne et qu'elle est toujours bien comprise. Cela permet à chaque produit de recevoir le traitement qui lui est destiné mais aussi de toujours savoir où il se trouve. Xavier Barras détaille : « *grâce aux étiquettes RFID, on sait où sont les objets puisqu'on sait par où ils sont passés et qu'on peut ainsi retracer leurs parcours. Et si un d'entre eux n'arrive pas à bon port, on peut voir à quel endroit il s'est perdu* ».

Les objets connectés simplifient le travail des métiers

Comme l'a expliqué Xavier Barras, les objets connectés ne représentent pas seulement un intérêt pour les données qu'ils produisent. Dans le secteur de la distribution spécialisée, l'éditeur Cegid s'appuie largement dessus pour son offre omni-canal Yourcegid Retail. Des enseignes comme l'Occitane ou Lacoste utilisent massivement les tablettes dans leurs magasins pour guider et accompagner les clients. Dans son « Innovation Store », sorte de vitrine technologique du savoir faire de l'éditeur, des écrans permettent d'acheter des vêtements et de partager ces achats directement sur les réseaux sociaux. Les vendeurs équipés de tablette peuvent scanner votre carte de fidélité et ainsi personnaliser votre shopping. Dehors, des écrans et des caméras équipées de systèmes de reconnaissance faciale proposent des articles au client sur le trottoir en fonction de leur sexe et de leur âge. « *Tous ces systèmes interconnectés permettent d'améliorer l'expérience client tout en facilitant la vie des vendeurs* », explique Davy Dauvergne, responsable produit et innovation pour Cegid. Là encore, les données collectées par les différents dispositifs valent de l'or.



Les systèmes interconnectés améliorent l'expérience client en facilitant la vie des vendeurs

Davy Dauvergne
Cegid

De la même façon, la société 3C, spécialisée dans l'installation et la maintenance de cuisines professionnelles, a équipé tous ses techniciens de tablettes pour faciliter les interventions. En plus d'avoir en permanence leur planning actualisé, elles leurs permettent de scanner les pièces défectueuses des appareils, de vérifier l'état des stocks et de commander en cas de rupture.

Les objets connectés pour la gestion des infrastructures

Et ce n'est pas tout ! « *Pour moi, les objets connectés vont apporter beaucoup en matière de gestion énergétique* », déclare Stéphane Garnier, responsable de l'institut d'innovation technologique de l'EPITA. Il estime qu'en utilisant des capteurs et des systèmes de gestion énergétique intelligents, on pourrait grandement réduire la consommation électrique des infrastructures. Selon lui, « *si les systèmes détectent qu'un ordinateur tourne dans le vide, ils peuvent l'éteindre ou du moins adapter les ressources en fonctions de ses besoins, pareil pour les luminaires, le chauffage et les serveurs* ».

Pour les DSI, les objets connectés vont s'articuler autour de deux enjeux : les données et le hardware. D'une part, ils vont devoir faire en sorte de stocker, diffuser et enrichir les données qu'ils produisent tout en assurant leur sécurité et d'autre part trouver comment leur intégration dans les systèmes de l'entreprise peut mener à des économies d'échelles, des gains de productivité ou d'efficacité. ■

Oscar Barthe

PUBLI-REDACTIONNEL

CONFÉRENCE STRATÉGIQUE

CONFÉRENCE ORGANISÉE LE 10 DÉCEMBRE 2013 PAR CIO

Innovation 2014 : de l'entreprise 2.0 à la société numérique

La feuille de route 2014 des DSI

Le mardi 10 décembre 2013, CIO a organisé une conférence sur l'innovation. En IT, cette innovation ne peut se justifier qu'à condition de démontrer une valeur ajoutée. IBM et Google étaient partenaires de la manifestation.

Ceux qui n'ont jamais travaillé avec des chercheurs ont du mal à comprendre qu'ils ne sont pas des sous-traitants à qui on passe une commande » a observé Patrick Moreau, responsable du patrimoine logiciel à la Direction du Transfert et de l'Innovation, à l'INRIA. Il s'exprimait le 10 décembre 2013 en ouverture de la conférence sur l'innovation organisée par CIO en partenariat avec IBM et Google.

Innover de cette façon ne peut en effet s'entendre qu'à moyen ou long terme, l'échéance moyenne étant de trois ans. La transformation peut parfois sembler lente mais elle peut être à la fois sociétale, technologique et économique. L'innovation permet aux entreprises d'accompagner la transformation du monde qui les entoure, voire de la provoquer.

Transformation des usages

« Notre mission est de fournir les outils pour cette transformation numérique des entreprises » a indiqué Eric Hadda, directeur EMEA de Google Enterprise. Echouer dans la transformation numérique peut être fatal aux entreprises, le mauvais exemple type étant Kodak.

Saisir les opportunités de développement grâce à l'innovation IT dans l'entreprise a été le sujet d'une table ronde réunissant Franck Barlemont (DSI de Prisma Media), Romain Lalanne (Responsable Open Data à la SNCF), Emmanuel Méthivier (Directeur du GIE et Directeur Relation Client du Crédit Agricole Store) et Claude Molly-Mitton (Président de l'USF).

Accélérer les processus IT

Mais l'accélération de l'innovation nécessite une modification profonde des processus IT. « Une entreprise évoluant moins vite que les usages finit par disparaître, selon un principe de darwinisme digital » a constaté Vincent Chartier, Architecte DevOps Europe chez IBM Rational Software. Pour accélérer la valorisation des innovations, l'idéal est de raccourcir les cycles de mise en production, en donnant aux développeurs un accès à la production à travers une démarche DevOps.

Enfin, l'innovation ne peut perdurer dans entreprise que si elle est rentable. Mais comment valoriser et justifier économiquement l'innovation ? Georges Epinette, DOSI du Groupement des Mousquetaires, la valeur de l'innovation prend sa source dans l'effectivité, c'est à dire l'usage réel et la valeur perçue de cet usage par l'utilisateur final. ■

Pour en savoir plus



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



La 4G embarquée dans les voitures va amener un potentiel de services considérable

Audi a prévu de doter ses A3 d'un service 4G en 2015. D'autres constructeurs devraient suivre sans hésiter. Il en résultera de nombreux services de diagnostic et d'analyse ainsi que du Wi-Fi pour les passagers. Et, selon l'enquête de nos confrères américains de CIO.com, les défis à relever à cette occasion devraient être assez classiques.

Au récent Salon Automobile de Los Angeles, Audi a annoncé de nouvelles fonctionnalités technologiques pour les automobiles. Ce n'est pas aussi accrocheur que l'aileron arrière sur une Mercedes SLS AMG, mais, en 2015, les Audi A3 disposeront d'un service 4G fonctionnant à 100 Mbps directement dans la voiture.

De cette façon, les passagers seront en mesure de connecter leurs tablettes sur un hotspot attaché à la voiture elle-même. Plus important encore, les services embarqués dans les voitures tels que la navigation 3D seront beaucoup plus rapides, par exemple quand il s'agit de créer les cartes de votre itinéraire.



Pour ceux qui sont familiers des technologies de l'information, la première question qui vient à l'esprit est la suivante : quels changements l'évolution de l'infrastructure va-t-il produire ? Avoir une voiture connectée à ce débit ouvre un monde de possibilités : chats vidéo entre les conducteurs, moteurs de prédiction en temps réel qui surveillent votre itinéraire et proposent des alternatives, ou même la vidéo HD en streaming pour le système de divertissement des passagers à l'arrière. Mais il y a quelques problèmes comme : la connexion entre les voitures n'existe pas encore, les moteurs de prédiction sont en version bêta et le streaming HD peut monopoliser la bande passante.

CIO.com a demandé aux analystes et gourous de l'industrie ainsi qu'aux constructeurs automobiles comment les services de données 4G dans les voitures s'implémenteront cette année (et au-delà). Une fois l'infrastructure mature, il

y a des possibilités étonnantes - et quelques nouveaux obstacles que seuls des experts informatiques peuvent résoudre.

Avantages de la 4G dans la voiture : de meilleurs diagnostics, de meilleures analyses et de l'audio

Avant d'aborder les défis de l'informatique, il est important de comprendre comment les conducteurs bénéficieront du service de connexion à débit plus rapide. Ashley Twist, un stratège de l'innovation à l'agence marketing Engauge, a étudié les tendances en matière de véhicules connectés. Un des avantages les plus intéressants, dit-elle, est la fourniture de plus d'informations au conducteur sur le diagnostic du véhicule.

Lorsque les voitures sont davantage connectées, les constructeurs peuvent envoyer de nombreuses données aux conducteurs comme le niveau d'usure des plaquettes de frein, le jour où ils doivent changer ►

le filtre à air ou le problème mineur qui a besoin d'attention avant qu'il ne dégénère. Aujourd'hui, des services tels que OnStar alerte déjà les conducteurs sur la faible pression des pneus. Une autre conséquence est que ce diagnostic peut également être partagé avec votre compagnie d'assurance et votre garagiste. Selon Ashley Twist, la voiture pourrait elle-même déclarer à la compagnie d'assurance qu'une vitre est brisée, soumettre la demande de remboursement, ordonner la réparation et commander la pièce auprès du fournisseur avant même que le conducteur ne parte au travail.

Rusty Lhamon, le directeur du machine-to-machine chez T-Mobile USA, estime que la voiture connectée en 4G fournira une plus grande bande passante pour les appareils tels que smartwatches, tablettes et smartphones. Le système audio embarqué proposera une meilleure fidélité que dans les voitures d'aujourd'hui. Par ailleurs, des fonctions de chat vidéo pourraient permettre à un technicien d'entrer en conversation avec le conducteur en cas d'accident ou d'incident quelconque tout en lui permettant d'examiner les systèmes internes de la voiture. Enfin, selon Rusty Lhamon, les informations de trafic en temps réel permettront également d'améliorer la circulation en supprimant les problèmes de latence qui existent aujourd'hui.

Matt Dirks, un associé du Groupe Acquity (filiale du groupe Accenture), estime pour sa part que la voiture compatible 4G pourrait ouvrir la voie à un âge de plus en plus orienté vers l'analyse des données. Les compagnies d'assurance pourraient ainsi mieux exploiter les données pour accorder des remises de « bon conducteur » sans devoir attendre des remises de données après coup, juge-t-il, tandis que les concessionnaires pourraient fournir un service d'« accueil intelligent » qui fonctionnerait comme un concierge virtuel pour les nouveaux clients.

Voitures 'Legacy', compatibilité, prix : les défis familiers qui vont surgir

Bien sûr, un des plus grands défis auquel l'industrie automobile fait face quand il s'agit de voitures connectées concerne les niveaux d'adoption. Le problème est bien connu des DSI : il y a des millions de voitures "Legacy" sur les routes, et aucune ne sera en mesure de se connecter à au niveau de la nouvelle 2016 BMW X1.

Ashley Twist estime pour sa part que les professionnels de l'informatique auront à relever ce défi puis de comprendre comment faire l'après-vente des systèmes. Les responsables IT d'équipementiers tels que Delphi et OnStar, par exemple, travaillent avec les derniers systèmes compatibles 4G dans les nouvelles voitures. Pour permettre un chat vidéo entre plusieurs voitures, il pourrait être nécessaire d'élaborer des normes pour le format de connexion et celui de la vidéo afin d'assurer le fonctionnement sur de multiples opérateurs de téléphonie mobile et de voitures.

Des problèmes de compatibilité peuvent également survenir. Rusty Lhamon explique ainsi que les constructeurs automobiles seront parties prenantes dans la mise en œuvre d'une vision d'ensemble. En fin de compte, le système embarqué doit répondre aux besoins du conducteur. Les opérateurs sans fil devront garantir la prise en compte de la montée en charge sans remettre en cause une connexion rapide et robuste. Des fournisseurs d'équipements comme Continental, Harman International, Parrot et Denso sont confrontés à des problèmes de compatibilité entre les marques et les modèles de voiture. C'est tout à fait similaire aux problèmes rencontrés avec les fournisseurs de services de cloud computing tels que IBM, Cisco Systems, Agero et Airbiquity.

Une exigence de qualité supérieure à l'habitude

« Le module de communication embarquée utilisé dans une voiture doit répondre aux normes de qualité automobiles, qui sont plus exigeantes que les modules embarqués dans la plupart des appareils de consommation courante » relève Rusty Lhamon. Il ajoute : « les modules embarqués dans les automobiles sont certifiés pour une utilisation dans des environnements difficiles et en mode critique, exigeant le respect strict de la température de fonctionnement et de la fiabilité, entre autres critères. »

Amrit Vivekanand, un porte-parole de la société de semi-conducteurs Renesas Electronics America, juge que le prix constitue un autre défi. C'est une autre question familière pour les DSI : comment définir les coûts des services. Aujourd'hui, de nombreux constructeurs automobiles fournissent une connexion 3G et Wi-Fi gratuitement pour la première année (voire aussi la deuxième) de possession du véhicule. ►

Mais OnStar coûte actuellement \$ 29,90 par mois pour un service de conciergerie et un appel automatique aux services d'urgence. Les services 4G pourraient inclure en plus le streaming vidéo HD, les appels vidéophoniques, le partage d'informations sur l'état de la route avec d'autres conducteurs et bien plus encore.

« Les obstacles principaux pour la 4G LTE sur le marché automobile nord-américain relèvent des difficultés à contracter avec des opérateurs mobiles partenaires », explique Amrit Vivekanand. Citant les contrats avec des constructeurs automobiles comme un exemple, il explique « la difficulté de définir un modèle de tarification qui soit attrayant à la fois pour les consommateurs, pour les équipementiers et pour les opérateurs mobiles. »

Matt Dirks relève malgré tout qu'il existe aussi des défis techniques. Avoir des connexions à très grande vitesse dans des véhicules en mouvement pourrait pousser dans leurs retranchements les émetteurs de téléphonie cellulaire, et il pourrait être nécessaire de permettre des bascules rapides entre émetteurs pour éviter des interruptions de connexions. Perdre une connexion en chattant au bureau est certes une chose désagréable. Mais subir l'interruption d'un chat vidéo alors qu'un technicien est en train de vous expliquer comment résoudre un problème dans votre voiture est plus grave.

Bien que les défis informatiques semblent presque insurmontables, la généralisation de la technologie 4G est imminente. L'Audi A3 connectée va arriver chez les concessionnaires au printemps prochain, et Ford, GM et BMW vont probablement suivre avec des offres à haut débit similaires. Par exemple, GM a annoncé qu'il se proposera la 4G LTE avec OnStar. Il est encore temps de résoudre les problèmes prévus et d'augmenter la vitesse d'autre chose que celle du moteur des futures voitures. ■

John Brandon / CIO.com / Traduction: Bertrand Lemaire

Pour en savoir plus



Retrouvez

la version originale

sur

CIO.com



Jeudi 13 février 2014 • de 8 h 30 à 12 h 30 • Centre d'affaires Paris Trocadéro • Paris 16^e



LA RÉVOLUTION CLOUD NE FAIT QUE COMMENCER

IaaS, PaaS et SaaS continuent de transformer l'entreprise



INSCRIVEZ-VOUS

Conférence gratuite réservée aux décideurs informatiques des entreprises utilisatrices.

CONFÉRENCE STRATÉGIQUE

CONFÉRENCE ORGANISÉE LE 28 JANVIER 2014 PAR CIO

Le poste de travail, fer de lance de l'entreprise numérique

Le 28 janvier 2014, CIO a organisé une conférence sur le poste de travail. Fer de lance de la transformation numérique de l'entreprise, il est en pleine mutation. La conférence a été organisée en partenariat avec VMware.

En matière de postes de travail, l'innovation vient désormais du marché grand public. « *A bien des égards, les appareils personnels sont aujourd'hui plus performants que les appareils professionnels* » a observé Emmanuelle Olivié-Paul, directrice associée de Markess International. Elle s'exprimait en ouverture de la conférence organisée par CIO en partenariat avec VMware le 28 janvier 2014 sur le thème « Le Poste de Travail, fer de lance de l'entreprise numérique ».

La conséquence essentielle de ce nouvel état de fait est un bouleversement des usages, y compris en entreprise, notamment pour les forces de vente au contact direct de la clientèle. Pour les DSI, cela implique de devoir gérer de multiples terminaux : le PC traditionnel professionnel, l'ordinateur personnel en télétravail, le smartphone, la tablette, etc.

Un seul environnement de travail pour tous les terminaux

Pour gérer l'unicité de l'environnement de travail, VMware propose une offre complètement intégrée afin de garantir une gestion des nouvelles applications, des nouveaux terminaux et aussi des nouvelles attentes des utilisateurs, notamment en matière de mobilité. C'est notamment le rôle de la Horizon Suite. « *Le temps où un outil de télé-déploiement des masters et des applications suffisait pour gérer un poste de travail est révolu* » a remarqué Philippe Breider, spécialiste End User Computing chez VMware. Or, comme l'a souligné Fabrice Mazars, également spécialiste End User Computing chez VMware, « *une gestion optimisée avec Horizon Suite permet de réduire le nombre d'incidents par utilisateur et d'améliorer le taux de résolution au niveau 1. On constate une baisse sensible de 20 à 30 % du TCO du poste tout en améliorant le catalogue de service.* »

Mettre son poste de travail dans le cloud

Ces technologies ont notamment été utilisées par David Larose, DSIT de la ville de Drancy et de la Communauté d'Agglomération de l'Aéroport du Bourget. Il a témoigné des avantages à migrer les PC traditionnels vers des postes virtuels hébergés dans un cloud géré en France.

Thierry Adenis, DSI de transition et ex-DSI de l'Etablissement Français du Sang, a quant à lui détaillé les modalités de l'évolution d'un parc classique vers les nouveaux types de parcs. ■

Pour en savoir plus



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



Les DSI au cœur de la démarche d'intelligence économique

Claude Revel est, depuis le 30 mai 2013, la nouvelle Directrice Interministérielle à l'Intelligence Economique (DIIE). Les DSI négligent sans doute trop leur rôle en matière d'intelligence économique. Au delà de quelques bonnes pratiques souvent de simple bon sens, une bonne piqûre de rappel s'impose.



© Benoit GRANIER/Matignon

CIO : *La DIIE a été refondue par un décret du 22 août 2013 et vous-mêmes avez été nommée à sa tête le 30 mai 2013. Pouvez-vous nous représenter la DIIE et son rôle ?*

Claude Revel : Depuis la réforme, la DIIE (Direction Interministérielle à l'Intelligence Economique) n'est plus rattachée à Bercy mais directement à Matignon. Ce nouveau positionnement en fait une véritable structure inter-ministérielle, au service de tous les ministères. Son identité reste d'être une structure d'alerte, d'impulsion et d'accompagnement en matière d'intelligence économique. Elle a quatre axes de travail : la veille et l'anticipation ; la sécurité économique (prévention des risques notamment en matière de fuite de savoir-faire ou d'atteinte à la réputation) ; l'influence (notamment sur les régulations économiques internationales) ; et enfin la pédagogie à l'égard des acteurs privés comme publics.

L'intelligence économique, rappelons-le, vise à maîtriser l'information stratégique pour créer de la valeur durable dans une organisation et, de la même façon, se décline, comme les axes de travail évoqués ci-avant, en veille/anticipation, sécurité économique et influence. Elle s'appuie sur des sources ouvertes et n'a donc aucun rapport avec de l'espionnage ou des barbouzeries.

Après des années à rédiger des articles ou des rapports pour dire ce qu'il faut faire, j'ai désormais à faire moi-même.

CIO : *En quoi les DSI sont-ils concernés par l'intelligence économique ?*

Claude Revel : Les DSI sont des directeurs aux « systèmes d'information ». Les « systèmes d'information », par définition, véhiculent les informations de l'entreprise ou concernant l'entreprise. En particulier, ils véhiculent les informations stratégiques.

Il y a bien entendu, dans la sécurité économique, tout un aspect technique de la sécurité informatique au sens strict. Ce point est traité par l'ANSSI (Association Nationale de la Sécurité des Systèmes d'Information) et ne relève pas de la DIIE.

Mais il y a également tout un pan qui concerne à la fois la collecte des informations et un autre sur la sensibilisation des collaborateurs. Rappelez-vous que la principale faille de sécurité est située entre le siège et le clavier !

CIO : *Quel type de sensibilisation est nécessaire selon vous et qui doit la faire ?*

Claude Revel : La DSI doit travailler étroitement avec la DRH pour sensibiliser le personnel. La DRH a, en plus, un rôle essentiel pour faire en sorte que les collaborateurs aient envie d'aider leur entreprise, même si les actes sciemment malveillants, par vengeance, restent toujours possibles.

Toujours avec la DRH, la DSI doit travailler sur les droits d'accès. Il ne faut pas que de simples stagiaires, surtout étrangers, ou des intérimaires aient accès à des données sensibles. Il faut vérifier les profils des personnes en fonction des informations, des données et des systèmes auxquels ces personnes auront accès.

CIO: *Le cheval de bataille de votre prédécesseur, Olivier Buquen, était de généraliser la classification des documents et, plus généralement, des informations...*

Claude Revel: Les entreprises doivent définir clairement quelles informations sont stratégiques ou sensibles. La classification est tout à fait essentielle.

L'Etat ne peut pas fixer de normes en la matière: ce qui est stratégique pour une entreprise ne l'est pas nécessairement pour une autre. C'est donc à chaque entreprise de faire ce travail pour elle-même. Et l'importance de la classification s'accroît avec la valeur des actifs immatériels.

En effet, l'entreprise est aussi obligée de s'ouvrir, simplement pour travailler. Chacune doit donc savoir quoi ouvrir et à qui, avec quelle sécurité.

L'exigence de classification doit venir d'en haut (au niveau DG/DSI) mais la classification se retrouve, au quotidien et dans la pratique, entre les mains de chaque collaborateur en fonction des directives reçues. Et le RSSI doit prendre les mesures techniques adéquates en fonction de la classification.

CIO: *La DIIE revendique un rôle pédagogique. Concrètement, comment procédez-vous ?*

Claude Revel: Nous éditons en effet des fiches pédagogiques que nous diffusons au maximum. Pour les débutants, nous allons diffuser une deuxième édition revue et augmentée du « Guide du Routard de l'IE ». Nous concevons et publions également des référentiels de bonnes pratiques, par exemple pour que les chercheurs sachent comment se comporter lors de déplacements professionnels. Bien entendu, nous intervenons dans des colloques professionnels.

Par ailleurs, nous délivrons des formations de formateurs pour des professionnels de l'IE afin qu'ils sachent ensuite eux-mêmes diffuser des bonnes pratiques. Nous essayons également de développer l'enseignement de l'IE dans les études supérieures. Nous voudrions que tous les étudiants futurs cadres aient au moins un vernis d'IE.

Enfin, d'ici peu de temps, nous allons mettre en ligne l'outil d'auto-diagnostic Dièse. En vingt minutes, vous pourrez alors savoir si votre comportement est satisfaisant ou non et vous connaîtrez vos points possibles d'amélioration.

CIO: *Comment résumeriez-vous le rôle du DSI en matière d'IE ?*

Claude Revel: Il a deux rôles de base: la sécurité tout d'abord et, ensuite, la responsabilité d'apporter l'infrastructure de circulation contrôlée de l'information. Au delà, cela dépend de la manière dont est structurée l'organisation.

Sur le plan de l'infrastructure, il doit fournir les outils pour que la veille soit possible (moteurs de recherche...). En interne, le premier outil est bien sur la GED, le Knowledge Management, l'intranet voire un réseau social d'entreprise (RSE). ▶

DE L'ÉQUIPEMENT DU TERRITOIRE À L'INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE

Après un cursus assez classique à l'Institut d'Etudes Politiques de Paris et une formation en droit des affaires, Claude Revel a été diplômée de l'ENA en 1980. Elle appartient donc à la fameuse Promotion Voltaire, tout comme François Hollande, Ségolène Royal, Dominique de Villepin, Renaud Donnedieu de Vabres, etc.

A sa sortie de l'ENA, elle devient administratrice civile au Ministère de l'Équipement. Elle s'y intéresse à l'urbanisme, au commerce extérieur et assez rapidement aux affaires étrangères. Dès 1984, elle commence à travailler sur l'analyse et la diffusion de l'information économique et scientifique internationale. Elle rejoint à cette période l'ACTIM, qui fusionnera notamment avec le CFCE (Centre Français du Commerce Extérieur) pour devenir Ubifrance, l'outil de soutien au développement international des entreprises françaises.

secteur du BTP. A cette occasion, elle crée et dirige durant quatorze ans l'OBSIC (Observatoire du Marché International de la Construction). De 2000 à 2003, elle est également directrice générale de la Confédération of International Contractors' Association (CICA) qui vise notamment à représenter les intérêts des entreprises du secteur du BTP, de l'aide au développement et des infrastructures d'équipement auprès des institutions internationales.

Elle crée ensuite, en 2003, son propre cabinet de conseil en intelligence internationale, en influence normative et en diplomatie économique. Elle a également dès lors une activité d'enseignement (Skema Business School...), de recherche et de publications d'articles et d'essais (comme « La France, un pays sous influence ? », Vuibert 2012). Elle préside la commission « Droit et Influence Internationale de la France » en 2012 et produit le rapport du travail effectué. Début 2013, elle remet le rapport « Développer une influence normative internationale stratégique pour la France » à la Ministre du Commerce Extérieur, Nicole Bricq. Le 30 mai 2013, elle est nommée Directrice Interministérielle à l'Intelligence Economique (DIIE), rattachée au Premier Ministre. Elle cesse dès lors toutes ses activités privées. ■

Pour en savoir plus



Retrouvez la liste des personnalités de la Promotion Voltaire sur Wikipedia



En 1988, elle rejoint une initiative de mutualisation inter-entreprises de la veille économique et du lobbying sectoriel dans le

L'objectif est de faire en sorte que la bonne personne ait la bonne information au bon moment. Il faut, par exemple, faciliter la rédaction et le partage de « notes d'étonnement » face à quelque chose d'inattendu qui, si c'est correctement interprété, peut se révéler crucial pour l'entreprise.

CIO : *Pour terminer, avez-vous un commentaire sur le scandale Prism ?*

Claude Revel : Ce n'est pas de l'intelligence économique ! Mais suis étonnée que l'on affirme parfois : « aujourd'hui, on sait ». Cela fait des années que chacun sait que les Américains peuvent espionner pour des raisons économiques. La CIA l'a admis depuis longtemps. Y compris pour faire aider des entreprises américaines en concurrence avec d'autres entreprises, éventuellement françaises, à capter des marchés.

Les lois anti-terroristes peuvent parfois faire double-emploi. Et, avec le numérique, le problème ne va pas cesser de croître.

Il faut être conscient que la Loi américaine est très différente de la Loi française ou européenne. Il est tout à fait légal pour le gouvernement, aux Etats-Unis, d'exiger des informations stratégiques ou sensibles en dehors de tout cadre judiciaire.

Il serait peut-être temps que l'Europe réagisse. ■

Bertrand Lemaire

Mardi 18 mars 2014 • de 8 h 30 à 12 h 30 • Centre d'affaires Paris Trocadéro • Paris 16^e

LE DSI AU SERVICE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

Intégration, Innovation et Disponibilité

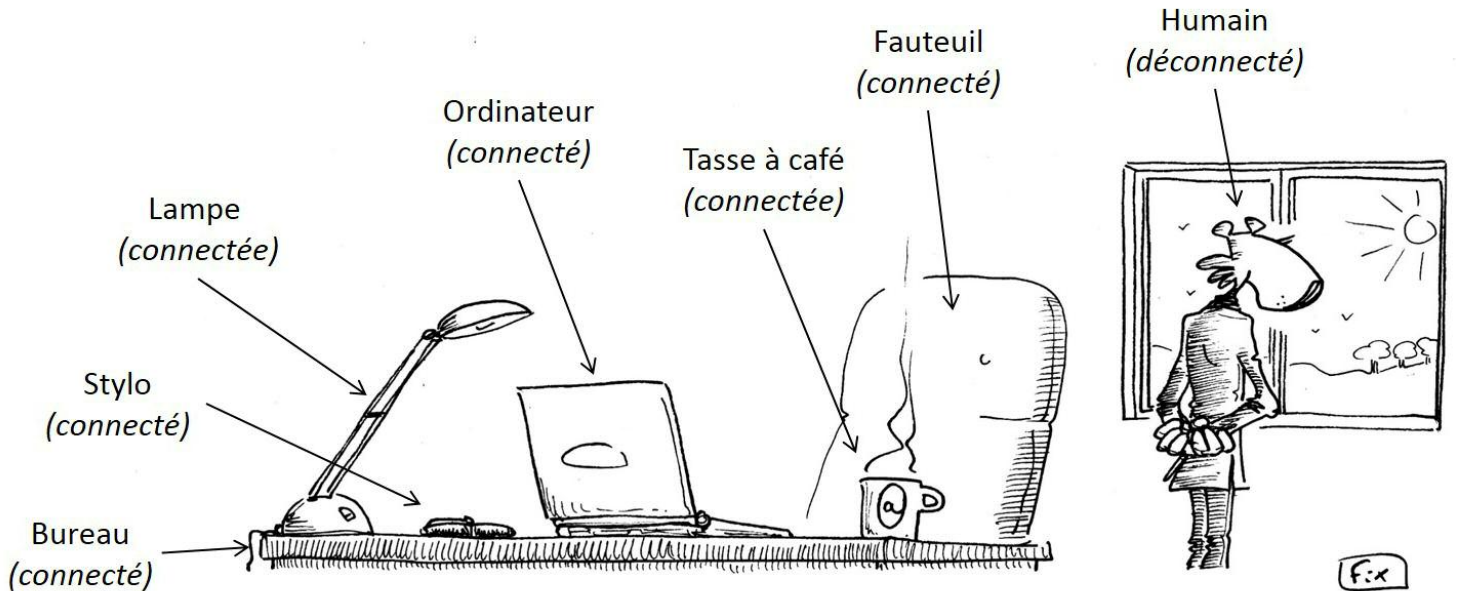
Le client-roi n'accepte plus que le service rendu par l'entreprise ne soit pas à la hauteur à cause de l'informatique. La DSI doit donc garantir que le client ne verra pas les difficultés internes ou la complexité de ses demandes. Elle doit même anticiper de nouvelles demandes et permettre ainsi l'innovation dans un sens marketing du mot. Cela implique que le système d'information soit totalement intégré, fluide et souple.



INSCRIVEZ-VOUS

Conférence gratuite réservée aux décideurs informatiques des entreprises utilisatrices.

LE MONDE MERVEILLEUX DES OBJETS CONNECTÉS



CIO EVENEMENTS 2014

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

13 février 2014

LA RÉVOLUTION CLOUD NE FAIT QUE COMMENCER

IaaS, PaaS et SaaS continuent de transformer l'entreprise

18 mars 2014

LE DSI AU SERVICE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

Intégration, innovation et disponibilité au service du client-roi

3 avril 2014

L'ENTREPRISE NUMÉRIQUE DEVIENT MOBILE ET SOCIALE

Du collaboratif au RSE en ubiquité

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 62 10

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

Ont participé à ce numéro : Oscar Barthe

Principaux associés : Adthink Media et International Data Group Inc.

Président : Bertrand Gros

Directeur de publication : Bertrand Gros

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