

DSI : nouveaux enjeux, nouvelle posture

Glossier, Bergamote, Alan : 3 entreprises qui n'ont, a priori, rien en commun. Et pourtant, le secret de leur succès est le même : la tech. Car derrière ces marques parfaitement brandées se cachent des talents, des outils et des opérations 100% IT. L'équipe de Glossier est composée à 40% de profils tech, Bergamote gère sa logistique complexe par une infrastructure totalement propriétaire et maîtrisée, et Alan a été co-fondé par un alumni de Facebook, Instagram et Twitter.

A l'inverse, 29% des DSI français déclarent encore externaliser la plupart de leurs missions – un chiffre qui monte à 34% pour les entreprises de 500 salariés et plus, d'après [la nouvelle étude](#) CSA pour Fabernovel et topics.

Un pourcentage alarmant, quand on connaît le risque d'une telle stratégie : en [externalisant](#) ces compétences stratégiques aujourd'hui, l'entreprise perd son avantage compétitif, sa capacité à s'adapter de façon agile aux besoins du métier et la maîtrise de ses propres compétences et méthodologies.

A l'ère du numérique, où le logiciel et l'expérience sont rois et les GAFAs créent les standards, la posture de la DSI se doit de changer. Pour devenir :

Intégrée

La DSI passe d'une fonction support à un rôle stratégique, celui de business partner.

Le comité exécutif doit trouver dans la DSI un mentor interne ayant un regard sur toutes les fonctions de l'entreprise, capable de conseiller les métiers dans leurs choix stratégique et technologique. Pour ce faire, il est essentiel que les équipes de la DSI soient mises au contact des métiers, privilégiant ainsi le recueil de besoins, le pilotage et le suivi.

Porteuse d'innovation

La DSI passe de "centre de coûts" à accélérateur de business.

La DSI doit contribuer à l'activation de nouveaux business en se tournant davantage vers les clients de l'entreprise pour comprendre comment ses produits sont utilisés, collecter directement les retours et identifier de nouveaux problèmes à résoudre. Elle peut ainsi développer elle-même des applications et des services, testant de nouveaux business models (SaaS, pay per use, IaaS...), au coeur de la transformation de l'entreprise.

Créative

La DSI passe d'une analyse fonctionnelle à expérientielle.

Dans un contexte d'automatisation générale, la conception devient un enjeu stratégique de différenciation. Face à des utilisateurs exigeants, des interfaces esthétiques et de parcours fluides doivent être la norme. Et pour ce faire la complexité technique doit s'effacer, la DSI accueille ainsi de nouveaux profils et crée de nouveaux métiers tels que "creative technologist".

Agile

La DSI passe de maître d'oeuvre à product owner.

L'indicateur de performance du développeur ne peut plus être la quantité de code fournie, mais la satisfaction client – ce qui suppose une responsabilisation et donc une autonomisation plus forte de ce premier. Pour éviter la création de nouveaux silos, les managers troquent leur service IT pour devenir product owners et sont en charge de garantir l'alignement entre la vision finale de la solution et le développement en cours.

Apprenante

La DSI passe de modèle de formation ad-hoc à celui de formation continue.

La direction des ressources humaines s'aligne avec les DSI pour proposer un vrai parcours d'apprentissage en continu pour les équipes IT, en mesurant leur satisfaction. Un parcours davantage orienté vers une formation sur les softskills (comprendre les métiers, posture client, capacité à manager) et une culture du test & learn, où l'échec se démocratise.