

# {Chronique} Pourquoi l'informatique est-elle incompréhensible ?

« Ca fonctionne. Pourquoi changer ? » A l'IT, nous avons tous déjà entendu cette question. Après tout, quand on achète une machine à laver, on ne la change jamais avant qu'elle ne tombe en panne. Pourquoi faudrait-il subitement migrer ce serveur de backups ou cette application achetée il y a seulement 10 ans ?

Alors, à l'IT, il faut rationaliser. Lister les raisons objectives :

- le concept de [dette technique](#)
- l'absence de support de l'éditeur
- les coûts de maintenance qui deviennent astronomiques
- la difficulté à trouver et garder des personnes pour entretenir cette grande boule de boue
- etc.

Mais rien ne résiste à l'argument du « Ça fonctionne » ! Que faire ?

La solution m'est venue lors d'une réunion avec deux responsables financiers d'une grande société internationale. Je peinais à leur expliquer pourquoi il fallait refondre une application de suivi des dépenses créée 15 ans auparavant. J'ai tout tenté pour leur faire comprendre le problème, mais aucun argument ne faisait mouche.

En voyant l'un des deux pianoter pensivement sur son iPad, j'ai subitement eu une révélation. J'ai changé d'approche. Je lui ai montré son iPad du doigt :

- Il date de quand ?
- C'est le dernier, de cette année ! m'a-t-il répondu avec un petit sourire ravi.
- Pourquoi as-tu changé, l'ancien ne fonctionnait plus ?
- Non, mais il était devenu plus lent, certaines applis ne fonctionnaient pas, et la dernière mise à jour ne pouvait être installée...
- Tu vois, c'est pour ça qu'il faut qu'on refasse l'application de suivi des dépenses.

Il y a eu un blanc. Il s'est retrouvé désarmé. La refonte ne s'est pas faite immédiatement, mais j'avais trouvé l'argument imparable pour la justifier.

Mais alors, pourquoi vos projets de modernisation de l'informatique sont-ils refusés ?

Parce que vos interlocuteurs ont une compréhension limitée de l'informatique ?

Non ! Parce que vous ne leur donnez pas les clés pour comprendre l'information que vous leur présentez.

Comment faire ? Voici les 6 principes à suivre pour transmettre votre message à coup sûr !

## **1 - Présentez des idées simples**

Tout expliquer ? Impossible ! Imaginez que vous deviez expliquer le fonctionnement d'une voiture à un enfant de 5 ans : allez-vous détailler l'organisation de la cartographie d'injection ? Non, bien sûr

que non ! Adoptez [le principe de Pareto](#) : 20% des causes expliquent 80% des phénomènes.

Comment faire ? Listez les idées fondamentales que vous souhaitez faire passer, sans les rédiger. Puis organisez-les logiquement (grâce aux fameuses conjonctions « Mais où et donc Or ni car ? »). L'heure est-elle venue de rédiger ? Pas du tout ! Qu'il s'agisse de vos notes écrites ou du support de votre présentation orale, ne rédigez rien : le texte sera plus lisible sous forme de liste à puces qu'une plâtrée de texte indigeste.

## **2 - Soyez concrets !**

Difficile de faire comprendre le concept de génération en informatique. Surtout qu'elle est variable : disons arbitrairement 5 ans pour une infrastructure, 3 ans pour un serveur, 12 mois pour un site web, 3 semaines pour une application de smartphone. « Obsolescence programmée ! » vous répondront-ils en chœur.

En revanche, venez avec un véritable exemplaire de [Nokia 3310](#) acheté 10 euros sur Le bon coin. A ceux qui s'opposent à une migration, proposez d'échanger leur smartphone actuel, quel qu'il soit, contre votre Nokia.

Pourquoi pas, après tout, car c'est ce qu'ils sont en train d'imposer aux utilisateurs. En cas de refus, votre message est passé. Sinon, vous avez gagné un nouveau smartphone pour le prix d'un Nokia 3310.

## **3- Exposez des chiffres marquants**

Attention, il ne s'agit pas de présenter le bilan comptable de votre pôle « Etudes et développements » au comité de direction ! Quoi de plus indigeste ?

Votre objectif doit être de présenter vos idées sous un prisme différent de celui auquel vos auditeurs s'attendent. Soyez surprenant(e), inattendu(e), contre-intuitif(ve) !

Par exemple, montrez la valeur de marché actuelle de l'intranet de votre société.

Comment faire, me direz-vous ? Il suffit d'être cartésien. Par exemple, mettons qu'un développeur ou une développeuse avec 3 ans d'expérience sur la technologie considérée est payé(e) 500 euros par jour, soit environ 10k€ par mois. Votre intranet a été développé par 2 personnes pendant 5 ans. Valeur de marché ?  $10k€ \times 12 \times 5 \times 2$ , soit 1,2 millions d'euros.

Prenez garde à être capable d'expliquer vos hypothèses, quelle que soit la méthode choisie (et ses biais).

## **4 - Soyez visuels**

Rappelez-vous l'adage : une image vaut mille mots. Ce n'est pas parce qu'il provient d'une époque dépourvue d'informatique que cet adage n'a plus de valeur !

Utilisez des images marquantes et concrètes. Un exemple ? Pour représenter notre intranet du point précédent, comptez son nombre de lignes et de caractères de code, multipliez par le nombre de volumes de la Bibliothèque verte qui auraient été nécessaires à son impression, et montrez cette image-là !

C'est connu et concret : on peut facilement se représenter le temps qu'il faudrait pour retrouver un bug dans 23 livres des trois jeunes détectives, si on a mis 10 heures à lire chacun d'entre eux

lorsqu'on était adolescent... Alors que retrouver un bug dans 220.000 lignes de code est tout de suite moins parlant, n'est-ce pas ?

Où trouver les images adéquates ? Des sites comme [Pixabay](#) regorgent d'images librement utilisables pour mettre en avant l'argent de l'entreprise qui s'envole.

## **5 – Racontez des histoires**

Vous rappelez-vous l'histoire des deux financiers et de leur iPad que je vous ai racontée en préambule ? Oui, car il s'agit d'une histoire. Maintenant, essayez de vous remémorer le dernier discours du PDG de votre société : qu'a-t-il raconté ? S'il n'a pas fait usage d'une histoire et qu'il n'a rien évoqué en rapport avec votre cœur de métier, il y a peu de chances que vous puissiez répondre.

On se rappelle toujours plus facilement d'une histoire, avec des acteurs, un scénario et une chute. Racontez une anecdote qui sert votre idée, et votre idée restera en mémoire.

## **6- Contextualisez : faites preuve de hauteur de vue**

Qu'est-ce que la hauteur de vue ? Le Ministère de la Défense nous en donne [une définition](#) : c'est « la qualité permettant au chef d'envisager une situation dans sa globalité et de dominer un problème ».

Montrez que votre stratégie IT marche main dans la main avec celle de votre entreprise. Réutilisez dans vos argumentaires les synthèses de la direction ou des métiers pour montrer en filigrane que l'IT a la même stratégie, les mêmes problématiques, les mêmes contraintes.

Un exemple ? Vous souhaitez faire une montée de version sur votre serveur de mails, alors que votre entreprise réduit les coûts. Au lieu de montrer le coût brut de cette dépense dans le budget de cette année, mettez-le en perspective sur la durée de vie du projet.

Sur 3 ans par exemple, mettez en vis-à-vis la situation avec et sans cette mise à jour... ce qui permettra en outre aux métiers de visualiser l'horizon d'investissement et comprendre que votre projet s'inscrit dans une dynamique longue.

***Thibault Pairis***

### ***A propos de l'auteur***

Issu d'un cursus improbable mêlant histoire et informatique, Thibault Pairis est responsable de projets de transformation digitale dans la banque puis l'énergie.

Il est l'auteur du livre « [Gérez vos projets – Les clés pour réussir étape par étape](#) », paru aux éditions ENI, et publie régulièrement [sur son blog](#) des articles présentant la gestion de projet de façon simple et imagée.