

[DSI, métiers : comment sont fondées les décisions d'investissement IT](#)

NetMedia Europe, l'éditeur de *Silicon.fr*, relance son [étude IT Insights](#) visant à **comprendre comment les décideurs fondent leurs choix en matière d'investissement IT**. Organisée à l'échelle européenne, la précédente édition – datée du début 2013 – avait réuni **près de 2 000 participants**, décideurs informatiques ou métiers. Dont 340 réponses pour la France. Pour l'édition 2014, le groupe de presse [collectera](#) les réponses de ses lecteurs jusqu'en fin d'année.

Au niveau européen, l'étude de 2012 avait fait ressortir le poids de **l'essai de la solution**, de **la presse IT** et **des recommandations de confrères** dans les prises de décision. Ces trois items étaient cités respectivement à 39, 38 et 33 % par les personnes interrogées parmi les 3 sources les influençant le plus. Devant les sites Web des marques, les livres blancs d'experts et les blogs. A noter que la presse IT arrivait en tête chez les décideurs de plus de 36 ans.

Les Français boudent les sites des marques

Notons également que **plus le décisionnaire est technicien** (avec un profil DSI et non métier) et plus il appartient à une grande entreprise, plus il avait tendance à **snober les sites Web de marque, les brochures et autres catalogues**. Par contre, les cadres de grandes entreprises étaient sensibles aux livres blancs d'experts indépendants, aux événements organisés par les marques et aux recommandations de leurs pairs.

Concernant la France, les facteurs d'influence décisifs étaient similaires à la moyenne européenne ; les dirigeants hexagonaux privilégiant dans l'ordre l'essai de la solution, les critiques de la presse IT et les recommandations de confrères. Les sites Web des marques mais aussi les salons et événements étant en revanche davantage boudés qu'ailleurs en Europe.

En moyenne, sur le continent, **deux décideurs sur trois** consultaient **l'information IT depuis leur smartphone**. Proportion qui tombait à un sur deux concernant les tablettes. En France, le réflexe était alors moins ancré qu'ailleurs en Europe (seulement un peu plus de 40 % tant pour les smartphones que les tablettes).

Parmi les trois critères de choix décisifs, DSI et directeurs métier mettaient en avant le **rapport qualité / prix** (cité dans 57 % des cas), la **fiabilité de la solution** (47 %) et la **performance technique** (31 %). Suivaient le support de la marque ou la qualité de service ainsi que la facilité d'intégration de la solution à l'existant. Notons d'ailleurs que la notion de rapport qualité / prix supplante très nettement le retour sur investissement (cité dans 20 % des réponses) et le prix bas (12 %).

Dans l'Hexagone, on retrouve le même tiercé gagnant (rapport qualité / prix ; fiabilité ; performance), les deux premiers items étant même davantage considérés qu'en moyenne en Europe.

Pour **participer à l'édition 2014**, [cliquez ici](#). Les résultats de l'édition 2014 vous seront alors

envoyés.