

## Avis d'expert

---

### Des DSI plus agiles grâce aux services applicatifs

Par Nicolas Odet, Directeur général adjoint, Hardis Group

*Sous pression du marché, les directions métiers n'hésitent pas aujourd'hui à opter pour des services et applications externes, sans nécessairement faire appel aux DSI. Et les utilisateurs de penser que le moindre projet interne durera des mois. Et si, avec les composants de services applicatifs, la DSI était en mesure de prouver à ses clients internes qu'ils ont tort ?*

#### **L'IT, support de l'opérationnel et du business**

La digitalisation des entreprises conduit les DSI à être (encore plus) sollicitées sur tous les fronts : marketing, ventes, relation client, fabrication, logistique, RH, etc. En parallèle, elles doivent répondre présentes aux demandes et besoins de directions opérationnelles dans des délais toujours plus courts. Avec, des outils qui permettent une expérience utilisateur ou client multicanal : web, mobile, bornes, tablettes, etc.

Toutefois le budget et les moyens humains de la DSI sont loin de connaître la même croissance que les exigences des collaborateurs, des clients, des partenaires ou du marché. Pour répondre plus vite et mieux aux demandes des directions opérationnelles, les directions informatiques n'ont aujourd'hui pas d'autre choix que de rationaliser et d'industrialiser leurs processus.

#### **Les composants services, le trait d'union entre les applications et les données**

Or jusque-là, quand un besoin opérationnel n'était pas couvert par une solution « best of breed » proposée par un éditeur, la solution la plus fréquemment mise en œuvre était le développement d'une application complète, dotée de ses propres interfaces et connectée aux autres applications du SI.

Cette façon de procéder est aujourd'hui incompatible avec la nécessité de concevoir et faire évoluer les applications rapidement. En effet, elle implique de nouveaux développements, nouvelles connexions et nouveaux tests à chaque évolution ou nouveau besoin, et toujours plus d'interfaces à maintenir. Sans compter que, la plupart du temps, ces différentes applications font appel aux mêmes données et/ou proposent des fonctionnalités similaires : obtention des coordonnées d'un client, validation d'un panier d'achat, consultation de l'historique des commandes...

La solution pour rationaliser les développements et accélérer le go-to-market des nouvelles applications ? Mettre en place un référentiel de composants de services applicatifs « prêts à l'emploi », qui agrègent les données en provenance de différents systèmes et intègrent des règles métier réutilisables d'une application à l'autre, quel que soit le canal (application web, mobile, tactile...).

#### **Vers une DSI assembleur de composants ?**

Il est possible de dédier une équipe à la création de ces nouveaux composants. Mais le plus efficace reste de les créer « à la volée » : pour chaque nouvelle application, il s'agit d'identifier les services ou fonctionnalités qui pourraient être réutilisables par ailleurs, et de les concevoir comme tels.

Cette nouvelle approche peut rallonger légèrement le délai de mise en œuvre des premiers projets, car il faut prendre le temps d'identifier et de concevoir les services applicatifs qui pourront être réutilisés. Mais au fil du temps, les nouvelles applications sont de plus en plus rapides à développer, car elles capitalisent sur une bibliothèque d'objets, de services métiers et d'éléments graphiques de plus en plus riche.

Dès lors, la DSI va-t-elle devenir un assembleur de composants ? Oui et non ! Oui, parce qu'il s'agit bien d'intégrer des composants pour créer de nouvelles applications. Non, parce qu'il n'y a rien de « magique » : la base y est certes, mais un minimum de développements reste nécessaire, notamment des couches de présentation (interfaces) qui diffèrent selon le terminal (PC, mobile, tablette, borne...).

Dans tous les cas, cette stratégie est payante à moyen et long termes : avec de plus en plus de services à disposition, la DSI est en ordre de bataille pour répondre rapidement et de manière adaptée aux besoins des métiers.

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

##### **Nicolas Odet, Directeur Général Adjoint Hardis Group**

---

Nicolas Odet a rejoint Hardis Group en 2000 où il a successivement occupé les postes de Responsable Vente et Marketing du pôle de compétences Nouvelles Technologies, de Directeur du Département Infrastructure et Infogérance de 2006 à 2008, et de Directeur des Services, du Marketing et de la Communication de 2009 à 2012. Il a notamment piloté la transformation de l'offre Hardis Group vers le cloud computing. Directeur Général Adjoint Hardis Group depuis début 2013 et membre du comité exécutif, il participe à la définition des orientations stratégiques du groupe et au pilotage de leurs déclinaisons opérationnelles.

Avant d'intégrer Hardis Group, Nicolas Odet a occupé des postes d'ingénieurs d'affaires chez IBM (division systèmes et stockages) et chez Sagem (solutions réseaux et fibre optique).

Nicolas Odet est titulaire du diplôme de Grenoble Ecole de Management (GEM), spécialiste du management technologique, obtenu en 1998.

#### **A propos d'Hardis Group**

---

Créé en 1984, Hardis Group exerce le double métier d'éditeur de logiciels et de société de conseil et de services informatiques. La société propose aux entreprises un accompagnement global pour mener à bien leur transformation numérique, depuis la définition de leur stratégie de services digitaux jusqu'à leur développement informatique et à leur intégration au système d'information existant.

Son offre s'articule autour de quatre axes : la performance de la Supply Chain, la gestion et la transformation des SI, la digitalisation des services et l'optimisation de l'expérience client. Elle s'appuie sur les métiers historiques de Hardis Group : conseil et AMOA ; développement, tierce maintenance applicative (TMA), et intégration ; infogérance et Cloud ; éditeur de logiciels et décisionnel. Et cible principalement les secteurs de l'assurance, de la logistique et du transport, de la distribution et de l'industrie.

Depuis 30 ans, la société construit sa croissance sur une approche pragmatique ainsi que des valeurs de proximité et d'engagement fort, tant auprès de ses 2 500 clients que de ses 630 collaborateurs (25% de salariés actionnaires). En 2013, Hardis Group a réalisé un chiffre d'affaires de 57,2 millions d'euros. Le Groupe, dont le siège social est situé à Grenoble, dispose de quatre autres agences à Lyon, Paris, Lille et Nantes.

[www.hardis.fr](http://www.hardis.fr)

**Contacts presse**

---

Anjuna  
Elodie Cassar  
elodie.cassar@anjuna.fr  
Tel : +33 9 64 15 31 27  
GSM : +33 6 80 53 82 94

Hardis Group  
Hélène Leclercq  
helene.leclercq@hardis.fr  
Tél.: +33 4 76 70 98 41