

Association Nationale des Directeurs des Systèmes d'Information

www.andsi.fr

Evolution du Projet Professionnel d'un DSI vers une Direction Générale. Compte rendu de la présentation du 8 avril 2014 – Ambassade d'Auvergne à Paris.

Compte rendu rédigé par ANDSI

En bref...

Le langage est un vecteur de compréhension et la compréhension passe par le sentiment. Les DSI font peur. Outre le fait que l'on imagine qu'ils ont accès aux mails de leurs collègues, leur communication est basée sur la peur ; arrêt des systèmes, sécurité...

Les DSI doivent garder leur expertise (technique, mais aussi de l'entreprise, qu'ils connaissent souvent mieux que leurs collègues du CODIR), expertise qui sera toujours source de crainte, mais compenser cette peur en développant un discours positif sur leur apport et l'apport des Technologies de l'Information (chiffrer les gains des projets, être au service des hommes plutôt que des systèmes...).

« Il faut plaire et être sexy, d'abord parler de ce que cela apporte et ensuite des risques, positiver le message ».

L'Association Nationale des Directeurs des Systèmes d'Information organise des débats et en diffuse des comptes-rendus, les idées restant de la seule responsabilité de leurs auteurs. Elle peut également diffuser les commentaires que suscitent ces documents.

Exposé de Sylvain MEISSONNIER, DRH du groupe COURLANCY.

Sylvain MEISSONNIER, DRH de Courlancy, a connu également les postes de DG adjoint et DG groupe.

Il affectionne particulièrement de cumuler les fonctions de DRH et de DG et précise ne pas être réfractaire au numérique.

Pourquoi le DSI pourrait-il prétendre diriger une entreprise ?

Quel discours attirerait l'attention de la DG ?

Deux chiffres sont à considérer : 60% des DSI estiment apporter une valeur ajoutée à la stratégie de l'entreprise.

35% des dirigeants sont d'accord !

Deux idées sont à prendre en compte : le langage est un vecteur de compréhension et la compréhension passe par le sentiment.

La communication des DSI est souvent bâtie sur la peur et les DSI présentent leur apport à l'entreprise davantage par du négatif, voire du catastrophisme (arrêt des systèmes, sécurité...) que par du positif (bienfaits des technologies...).

Cela se rajoute au sentiment de crainte que beaucoup éprouvent vis-à-vis des Technologies de l'Information et de leurs acteurs, qui ont le pouvoir supposé de lire des choses privées, confidentielles, par exemple les messages électroniques.

VOUS NOUS FAITES PEUR !

Il est facile de vous faire porter la responsabilité des maux que peuvent induire les outils que vous déployez.

Toujours concernant la messagerie électronique, qui peut être un élément fort de harcèlement moral, vous en endossez automatiquement une partie du poids, et il en est de même pour les troubles musculosquelettiques (TMS) causés par vos outils.

Vous vivez dans un monde compliqué : les logiciels sont compliqués, les technologies également...

Nous ne comprenons pas les mises à jour...., nous émettons un besoin et la DSI répond par tout un système...

En sociologie sont distingués plusieurs types de groupes :

- Le premier est le rassemblement, primaire très peu utilisé en entreprise ;
- Le second est le groupe en fusion, qui n'existe que parce qu'il a un stade à franchir. Une fois l'obstacle franchi, le groupe n'existe plus. C'est dans cette catégorie que se situe le DSI car il parle surtout de risques et de problèmes à résoudre.



Les DSI devraient plutôt développer l'esprit d'équipe, à l'instar des sportifs dont la devise pourrait être «on vit ensemble, on meurt ensemble».

Dans la communication du DSI la culture du risque doit céder la place au développement de l'entreprise. Ainsi il faudrait justifier les investissements non pas uniquement par du catastrophisme mais plutôt par ce qu'ils apportent en terme de valeur ajoutée.

Afin de progresser dans son métier et dans son entreprise, le DSI devrait avoir à l'esprit de :

- s'ouvrir à la culture de l'entreprise ;
- ne pas se cantonner au SI ;
- chiffrer les ROI (Retour sur investissement) de ses projets ; être perçu comme un centre de coût n'est pas un problème en soit, mais il faut insister sur ce que cela rapporte ;
- être au service des hommes plutôt que des systèmes ; ainsi Innover autour du travail collaboratif est un bon moyen pour « gagner du terrain » sur ce que peut apporter le DSI ;
- manager les hommes (le DSI est un bon manager de projet, il lui manque souvent le management des hommes) ;
- développer la pluridisciplinarité en montrant des atouts que de nombreux DSI recèlent, comme qualicien par exemple ;
- faire preuve d'humilité.

Le schéma doit être adapté au terrain, les solutions proposées doivent tenir compte du contexte et de la taille de l'entreprise.

Finalement, les DSI sont des artistes, experts dans leur domaine mais pas toujours adaptés aux contraintes du terrain et peu compris.

Il ne faut pas oublier que le public du DSI c'est les dirigeants des entreprises et qu'il faut donc adapter le discours à leur langage !

Débat

Intervenant : Notre message est certainement trop axé sur le risque, nous devons peut-être l'équilibrer mais comment ?

Sylvain MEISSONNIER : Il faut plaire et être sexy. D'abord parler de ce que cela apporte et ensuite des risques. Positiver le message.

Int. : La formation scientifique des DSI ne nous a pas préparée à ce genre de discours.

SM : Effectivement, c'est pour cela que rattacher la DSI au marketing plutôt qu'à la DAF peut avoir du sens.

Int. : Est-ce qu'une formation de DSI en école de commerce, comme c'est parfois le cas, est une bonne formule ?

SM : Non, le DSI doit garder son expertise technique.

Int. : Nous sommes obligé, en plus de monter le SI, de bien connaître les métiers (les utilisateurs ne sont pas toujours au niveau) et de communiquer positivement !

SM : Tout à fait. C'est à cause de cette connaissance élargie que l'on vous craint. Vous en savez plus que chacun pris individuellement, cela peut être considéré comme dangereux.

Int. : Quel est le niveau de prise de conscience du numérique de la direction générale ?

SM : On ne peut pas répondre à cette question, cela dépend beaucoup de chaque entreprise. Certaines sont déjà très avancées, alors que d'autres sont à la traîne.

Int. : Existe-t-il des statistiques sur les DSI qui sont bien adaptés et ceux qui le sont moins ?

SM : Non. Mais d'autres métiers ont également une mauvaise image, par exemple les DAF ou les experts comptables. C'est la raison pour laquelle ils s'orientent vers le conseil (stratégie d'entreprise), plutôt que simplement le constat du passé (bilan comptable).

Int. : Faut-il communiquer sur le pouvoir réel et/ou supposé des DSI ?

SM : Pourquoi ne pas prendre exemple sur d'autres métiers qui ont adopté un code de déontologie, comme les médecins ou les avocats ?



Int. :- les commerciaux sont aussi dangereux

SM : Oui, mais ces problèmes sont compréhensibles par tous

Int. : Quel est le risque d'utiliser la peur pour justifier les investissements ?

SM : Soit je fais confiance, soit je fais un audit

Int. : Il nous est cependant demandé de la sécurité

SM : Il faut arriver à considérer que la sécurité est une nécessité et il faut insister sur la valeur ajoutée

Int. :- « ça ne marche pas à cause de l'informatique »

SM : N'abandonnez jamais les pré-requis

Int. : et le spectre d'action des DSI est de plus en plus large

SM : les enjeux ne sont pas sur ce qui marche ou ne marche pas, vous avez un métier de haut niveau qu'il faut arriver à développer pour être écouté

Présentation de l'orateur

Sylvain MEISSONNIER est Directeur des Ressources Humaines du groupe COURLANCY (7 cliniques privées du nord de la France).

Auparavant, il a alterné des postes de DRH (les petits frères des pauvres) et de DG (Groupe Saint Rémi, CASAL Paris...).