



## IDC et les DSI passent au Web 2.0 – 2/2

Voici la suite de mon “petit” compte rendu de l’IDC IT Forum 2006 démarré dans mon post précédent. On passe à la seconde journée de cet événement.

**Martin Canning**, Group VP IDC EMEA, “Future of information”

Il faut pour lui regarder au dehors de l’entreprise pour percevoir les changements dans la société. Ces changements sont critiques pour prendre des bonnes décisions stratégiques pour le business. *Indeed!*

Le % d’informations nécessaire à l’innovation qui devrait provenir de l’extérieur reste cependant bien faible dans un sondage des DSI : 35% des CIOs pensent qu’il y a plus de 70% des informations qui devrait provenir de l’extérieur. *J’aurais tendance à placer la barre plus haut!*

Et de conclure avec une remarque pertinente: “Les meilleures questions sont celles que l’on ne pose pas!”.

**Jimmy Whales**, le fondateur de Wikipedia



*Comme c’est un avocat de l’ouverture, vous trouverez sa présentation ici.*

Il raconte l’histoire, l’origine et la croissance de l’encyclopédie. C’est un phénomène au développement exponentiel: 1,4 millions d’articles dans la version anglaise représentant un tiers du total des articles. Il y a 107 langues représentées. Cela change les habitudes dans certaines cultures comme les cultures arabes, peu habituées d’après lui à la notion même d’encyclopédie.

Le phénomène Wikipedia s’étend à des communautés spécialisées “Wikia”. Il fournit l’exemple d’une encyclopédie sur les Muppets qui a rassemblé 10000 articles après moins d’un an d’existence!

Wikipedia a traversé une crise de confiance en 2005 liée à un article contenant une information erronée (*sur le rôle d’un ancien conseiller de JFK et Lyndon B. Johnson dans l’assassinat du premier*). Certains médias prédisaient même la mort de Wikipédia. Cela a en fait développé sa notoriété et accéléré la croissance de son audience!

L’équipe de Wikipedia US est toute petite avec un budget de \$750K, cinq employés dont deux développeurs. Le budget est alimenté par des donations.

James explique le fonctionnement très ouvert et le mécanisme communautaire d’autorégulation et automodération des articles. La confiance est une valeur clé de Wikipédia. Il vaut mieux faire confiance dans le bien que les gens peuvent faire que dans le mal potentiel qui est marginal. La crise de 2005 ne les a pas amenés à se fermer. Simplement, à “flagger” les articles. Rien n’est effacé dans Wikipedia. La traçabilité de la vie des articles est totale. L’ouverture est clé.

S'en est suivi un débat très intéressant avec Whales, Andy Jones de Xerox, Claus Mikkelsen d'Hitachy Data Systems et Jim Ledbetter de Time Europe.

Whales se fait l'avocat de la structure de l'information sous forme de Wikis plutôt qu'en forums. Avec notamment l'exemple de la recherche courante de messages d'erreur sur Google. Si l'information associée était dans des Wikis ou si les bases de connaissances des fournisseurs étaient complétées par des Wikis, on s'y retrouverait plus facilement.

Il n'y a d'ailleurs pas beaucoup d'information sur les sites Web des entreprises. Les communautés sont bien plus puissantes et prolifiques. *Au point que cela peut rendre les entreprises un peu paresseuses (cf mon post sur Microsoft et Zune).*

Tout le logiciel de Wikipedia est en open source et librement utilisable (*il s'agit de MediaWiki*). Une entreprise peut très bien créer un Wiki interne. Mais aussi utiliser des solutions commerciales comme Socialtext. Whales recommande aux entreprises de créer des Wikis ouverts sur l'extérieur, avec contribution des collaborateurs de l'entreprise. Il est bon d'améliorer l'expérience utilisateur et de les aider à s'en sortir! C'est le déclin annoncé des entreprises qui veulent contrôler l'information à leur sujet. Vos clients en savent plus sur vous que vous mêmes. Si vous n'écoutez pas, vos concurrents le feront!

Whales évoque le paradoxe d'Apple qui est d'un côté une boîte assez fermée en termes de communication – surtout avant ses grands lancements – et ouverte dans son encouragement à l'activité de nombreuses communautés d'utilisateurs et développeurs.

Constat général du panel: les “vieux DSI” qui ont passé la moitié de leur carrière avant l'Internet vont passer la main à une nouvelle génération de DSI qui vont rendre l'information plus ouverte.

### **Crawford del Prete, SVP IDC**

Un top analyste d'IDC qui synthétise ces deux journées:

- Complex stuff more complex to sell.
- Not just software as a service, but service as software. *Effectivement, tous les services peuvent être transférés ou améliorés avec du logiciel.*
- Leverage what you have. OK...
- Free cycles for SOA, Web 2.0, Saas, data access, mobility, security, etc. *Et las, le DSI se dit qu'il se demande bien comment il va procéder...*

### **Jeff Sampler, professeur à Oxford**

La conférence IDC se concluait sur un très bon discours sur le leadership et l'esprit de compétition.

Jeff Sampler fait le parallèle entre la croissance pépère des économies occidentales et le rythme de croissance et de changement effrénés dans les pays comme l'Inde et la Chine. Dans ces pays, le regard est différent. L'esprit de concurrence y est très fort et commence dans la vie tout court, et notamment dans l'enseignement supérieur où les places dans les meilleures universités sont beaucoup plus rares et chères que dans nos pays occidentaux. L'esprit est tout aussi compétitif pour se frayer un passage en voiture dans les rues bondées où il y a 1 cm entre chaque voiture et où les rétroviseurs sont cassés ou rabatus. Ce qui explique pourquoi un européen, même un italien, aura des difficultés à conduire à Bombay!

Jeff passe au danger de la surfocalisation. Dans la vie courante des entreprises, on ne voit pas les signaux faibles, on ne cherche pas à les interpréter, on néglige ce que les clients disent. Même lorsqu'on l'entend.

Cela génère un besoin de transparence interne dans les entreprises. Les process d'escalade interne sont à créer et à faire connaître. *Cela me rappelle le "bad news travel fast" de Bill Gates au moment de la publication de son bouquin sur "Business at the speed of thought" en 1999. Et il ne faut pas tirer sur les messagers. C'est du bon sens... même si malheureusement pas appliqué à toutes les strates de management dans plein d'entreprises!*

L'adaptation est constante et trop de métriques des entreprises sont orientés vers le passé (revenu, profit, part de marché).

Il conclut avec une vente aux enchères d'un billet de 100€ qui monte à plus de 100€ avec deux ou trois participants de l'audience. C'est un exemple de surfocalisation et d'absence de porte de sortie dans une stratégie d'engrenage! Donc, faites des paris certes, mais soyez prudents et prévoyez la porte de sortie pour éviter d'être embarqués dans une histoire sans fin. Ce test aurait été réalisé avec l'équipe du président Johnson au moment de la guerre du Vietnam. *Il a malheureusement été nécessaire de faire appel à deux autres Présidents pour terminer cette foutue guerre!*

Cet article a été publié le 27 septembre 2006 et édité en PDF le 23 mars 2024.  
(cc) Olivier Ezratty – "Opinions Libres" – <https://www.oezratty.net>