

La démarche DDevOps encore plus AGILE

Après l'agilité, la simplification devient le maître-mot. Aucun des secteurs de l'entreprise n'y échappe. Et moins que tout autre, le système d'information qui conçoit, développe et qualifie des applications avant leur mise en production dans les services dits d'exploitation.

Les approches et les métiers du développement des SI se transforment très rapidement. La démarche « DevOps » a été lancée pour prolonger le mouvement vers l'agile en incluant les opérations, c'est-à-dire les tâches réalisées par les métiers de l'exploitation et l'assurance qualité. DevOps s'appuie sur cinq éléments : la culture de collaboration, l'automatisation, la mesure, le partage d'information, l'utilisation des services web.

Il existe une vraie rupture entre l'agile et DevOps, car l'agile représente la collaboration avec le business, le développement, et DevOps lie en plus la collaboration avec les exploitants.

C'est une évolution majeure, dans la mesure où DevOps invite les équipes de Dev et d'Ops à connaître mutuellement leurs pratiques, voire à travailler avec des objectifs identiques. Cela se traduit par un changement significatif de la distribution du pouvoir des acteurs, de la culture technique et managériale, des compétences.

Pour FOCOM, le passage à DevOps doit s'accompagner de recrutements, de moyens suffisants et de plans de formation. Il faut aussi une bonne écoute, notamment des équipes d'exploitants. L'adhésion au changement, l'acculturation et la motivation nécessitent du temps, le respect des rythmes. Or la réalité c'est plutôt des cadences accrues et le manque de temps.

Les compétences clés nécessaires à certains métiers du SI doivent être intégrées au référentiel des métiers d'Orange. La mise en place d'espaces de travail adaptés aux pratiques agiles et d'espaces récréatifs et de convivialité s'impose.

Simplification (des process) doit rimer avec amélioration (des conditions de travail).

Nettoyeurs du net : un enjeu de démocratie

Le projet de loi anti-fake news, censé lutter contre les fausses nouvelles répandues sur les réseaux sociaux pendant les campagnes électorales, questionne le rôle et le pouvoir des nettoyeurs du net. En effet s'il peut sembler salvateur de lutter contre la désinformation, la question est de savoir comment et qui va en définir les contours. Quelles sont les marges de manœuvre des décodeurs ? De quel(s) pouvoir(s) dépendent-ils ? Qui contrôle leur capacité, potentiellement exorbitante, de donner ou d'ôter de la visibilité à un internaute ou à un groupe d'internautes, c'est-à-dire de censurer ? « Désintoxicateurs » ils peuvent en effet être aussi de redoutables censeurs éventuellement en liaison avec des États ou des agences de renseignement. Le nettoyage systématique réalisé aux États-Unis contre des internautes jugés trop critiques ou engagés est inquiétant. Le journaliste américain dissident Chris Hedges en a ainsi fait les frais. Suite à un entretien dans lequel il avertissait des risques de censure, il a disparu des référencements réalisés par Google News. Depuis avril 2017 le nettoyage a également touché 13 des principaux sites de gauche qui ont perdu 55 % de taux de fréquentation. Il y a là un fort enjeu de démocratie.



3 questions à...

...Laurent, Business Manager

En quoi consiste ton métier de Business Manager ?

En charge du traitement des affaires commerciales des clients MarchéEntreprise sous la marque Orange Business Services, les Business Managers ont pour missions d'identifier les besoins de nos clients, d'en décliner une proposition, de la négocier et de la contractualiser. Présents à la Direction des Entreprises France de la division Orange France et à la Direction des Grands Clients de la division Services de Communications Entreprises, les salariés occupant ce métier sont au cœur de nos organisations et sont de ce fait un très bon baromètre de leur efficacité. Au carrefour des métiers commerciaux, de la finance, des services juridiques/réglementaires, du marketing/unités d'affaires et des métiers opérationnels, le Business Manager doit concilier stratégie, organisation et moyens fournis par l'entreprise avec une obligation de résultats : remporter des contrats. Ce qui n'est pas chose facile en ces temps de restriction des coûts.

Quelles évolutions veut l'entreprise ?

La diversification des services et produits engagée par Orange (Cloud, Big Data/applicatifs, IOT, sécurité) et la complexification des solutions proposées ont amené l'entreprise à spécialiser ce métier, jusqu'alors généraliste, dans des domaines précis : solutions de connectivité, mobilité, communication et collaboration unifiées... Les activités dites de relais de croissance sont quant à elles prises en charge par les Services Business Manager de nos différentes filiales qui seront bientôt regroupées dans la nouvelle structure Orange Business Services SA.

Le développement des partenariats voulu dans le cadre de l'accélération de la transformation de l'entreprise (stratégie « Essentiels 2020 »), une approche commerciale de produits et services sur étagères permettant une plus grande industrialisation et la diminution recherchée des effectifs, contribuent à appauvrir l'intérêt du métier.

Quels moyens faut-il pour remplir ces missions ?

Au-delà du savoir-faire inhérent au métier, le découpage (industrialisation) des fonctions contribuant à nos offres commerciales nécessite des compétences comportementales et de savoir-être pour piloter les différents interlocuteurs internes. Avec la difficulté de la surcharge de travail résultant des baisses d'effectifs, le Business Manager devient de plus en plus polyvalent, avec des activités qui débordent sa fiche de poste. Faute de disposer d'outils adéquats permettant de pallier les réductions de moyens et faute d'étude circonstanciée de la charge de travail des équipes, son activité peut générer, involontairement, une dégradation du climat social. En attendant les nouvelles méthodes de travail annoncées par l'entreprise pour simplifier les tâches, améliorer la collaboration et l'autonomie des équipes dans leurs missions... ♦

LE CHIFFRE DU MOIS

90 %

c'est la part de la diffusion des quotidiens nationaux français contrôlés par 10 milliardaires. Quand les frontières entre les différents pouvoirs (politique, économique, financier, médiatique) s'estompent, quand la technologie accroît les possibilités de manipulations insidieuses... il est encore plus essentiel de prendre des garanties pour préserver la liberté d'expression. Et de ne la livrer d'aucune manière aux géants du net... ♦

ÉCRIVEZ-NOUS

pascal.ivkovic@orange.com