

# Benchmark 2010

3<sup>ème</sup> édition

## Comment valoriser et piloter les services de la DSI ?

*Note de présentation*

## SOMMAIRE

1. Objectifs du Benchmark SI .....	3
2. Volumétrie et taille de l'échantillon .....	4
3. Comité de pilotage .....	4
4. Planning .....	5
5. Financement .....	5
6. Résultats de l'étude .....	5
7. Assistance .....	6
8. Confidentialité .....	7
9. Sources des participants .....	7
10. Questionnaire .....	7
11. Communication .....	7
12. Annexe : Exemple d'étude de positionnement .....	8

## **BENCHMARK SI**

**L**, AAE ENSIMAG, l'AE-SCM, l'ANDSI, le CEDHYS, l'EOA, le club SI de Grenoble EM, Inter mines et l'itSMF France associent leurs compétences pour proposer en 2010 une nouvelle édition du benchmark SI sur la valorisation et le pilotage des services de la DSI.

Elle reprend la méthodologie des benchmarks 2007 et 2009 qui portait sur les S.I. des entreprises en France (moyenne de 2.200 collaborateurs et 720 M Euros de chiffre d'affaires).

- ∅ questionnaire réalisé par des DSI,
- ∅ questionnaire validé par un groupe pilote,
- ∅ résultats analysés par un comité de pilotage,
- ∅ échantillon minimum atteint à chaque édition.

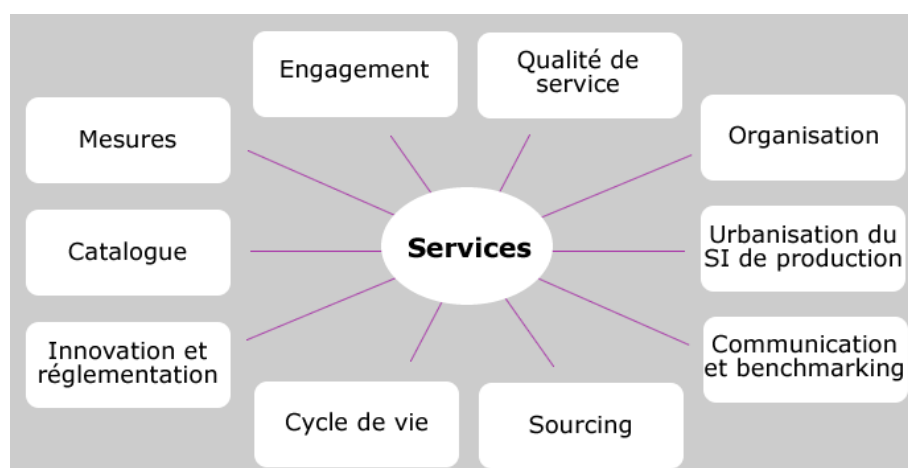
### **1. Objectifs du Benchmark SI**

Cette étude a pour objectif de prendre connaissance des meilleures pratiques actuelles par l'intermédiaire d'informations provenant d'autres entreprises et de s'informer sur les nouvelles tendances en matière de pilotage des services de la DSI.

La gestion de la complexité est une des préoccupations principales et quotidiennes des DSI au sein des entreprises.

Une des principales raisons à cela est l'ajout régulier de nouveaux besoins et de nouvelles applications.

Les questions couvrent les thèmes autour des services de la DSI :



## 2. Volumétrie et taille de l'échantillon

Afin de pouvoir interpréter valablement les résultats, notre objectif est d'atteindre un minimum de 50 entreprises participantes.

## 3. Comité de pilotage

Afin de mieux répondre aux attentes et aux besoins des entreprises participantes, un comité de pilotage a été constitué, pour travailler sur le questionnaire et analyser les résultats de l'étude.

Ce comité est constitué des membres suivants :

- Ø Sabine BOHNKE, ingénieur ENSIMAG, elle occupe des postes de direction de projets, direction de mission de conseils en conception de système d'information. Elle est également fondatrice du cabinet de conseil Sapientis,
- Ø Pierre DELORT, secrétaire général de L'ANDSI,
- Ø Claude DURAND, vice-président de l'Ae-SCM et fondateur et trésorier de l'itSMF France, il est le représentant français à l'itSMF International. Il est président de l'Institut G9+ et de Telecom Saint-Etienne. Il est également directeur technique d'ARES.
- Ø Jean DURQUETY, ingénieur ENSIMAG, responsable système d'information métiers à l'agence de la biomédecine,
- Ø Nathalie RACHLINE, responsable infrastructure et production informatique pour le groupe GEFECO, elle représente l'EOA,

## Benchmark 2010 – Valoriser et piloter les services de la DSI

- Ø Nadia ROBINET, présidente de l'AAE ENSIMAG, directrice associée-fondatrice de Art Coaching & Cie, Coaching de dirigeants et d'équipe,
- Ø Gil SAVEL, consultant senior stratégie, management et organisation des SI, il représente le club SI de Grenoble EM,
- Ø Gérard PIETREMENT, ingénieur ENSIMAG, président fondateur de la société DANAE en 1998. Il est à l'origine des benchmarks des SIRH auprès des grandes entreprises, du Cercle SIRH et de l'association IPSOC (Information et pilotage social).

### 4. Planning

Souscription d'avril à juin 2010,

Retour des questionnaires avant fin juin 2010,

Présentation des résultats le 21 septembre 2010.

### 5. Financement

Les sociétés ont trois possibilités pour cette participation au benchmark qui inclut l'invitation à la soirée de remise des résultats :

- Ø soit renseigner le questionnaire et recevoir le rapport de synthèse en contrepartie,
- Ø soit renseigner le questionnaire et disposer du rapport de synthèse et des résultats détaillés avec positionnement de l'entreprise moyennant une contribution de 600 Euros pour les participants non membres d'une association et 400 Euros pour les participants membres d'une association,
- Ø soit acheter l'étude complète au prix de 900 Euros pour les non participants, non membres d'une association et 600 Euros pour les non participants, membres d'une association.

### 6. Résultats de l'étude

#### Liste des produits fournis

	Avec réponse au questionnaire		Sans réponse au questionnaire	Autres (Presse, blogs, sites, ...)
Rapport de synthèse	ü	ü	ü	

Etude détaillée	ü (positionnement)		ü	
Evènement	ü	ü	ü	<i>sur invitation</i>
Chiffres-clés	ü	ü	ü	ü
Coût	400 ou 600 €	-	600 ou 900 €	-

### Détails des produits fournis

Produits	Statistiques	Positionnement de l'entreprise	Croisements
Chiffres-clés (4 pages)	Une dizaine d'indicateurs	---	Quelques croisements (2 ou 3)
Rapport de synthèse (10 pages)	Une trentaine d'indicateurs	---	Une dizaine de croisements
Etude de positionnement	Tous les indicateurs du questionnaire (une centaine)	Sur l'ensemble des indicateurs	Tous les croisements intéressants sur l'ensemble des indicateurs

## 7. Assistance

Elle est sous deux formes :

- Les participants qui le demandent peuvent être assistés lors du remplissage du questionnaire,
- Un membre de l'observatoire des SI prendra contact avec les participants pour approfondir les réponses à certaines questions si elles présentent un caractère de divergence important.

Le remplissage du questionnaire, pour les participants qui disposent des informations demandées, est de moins d'une demi-heure.

## **8. Confidentialité**

Aucun nom de société n'apparaîtra dans l'étude, l'observatoire des SI s'engage à ne pas fournir à des tiers les réponses nominatives.

La liste des entreprises ayant répondu à l'étude sera mentionnée en première page (si une société ne souhaite pas figurer sur la liste, elle devra en faire la demande).

L'étude ne pourra être exploitée par l'entreprise qu'à des fins internes à l'entreprise.

Si certaines informations sont trop sensibles, la société pourra toutefois participer au questionnaire en ne renseignant pas ces informations.

Les données chiffrées internes qui pourraient être portées à la connaissance du comité de pilotage ne seront en aucun cas diffusées ou exploitées.

## **9. Sources des participants**

L'objectif du Benchmark SI est de faire participer une centaine d'entreprises de diverses sources :

- membres de l'AAE ENSIMAG,
- membres de l'AE-SCM,
- membres de l'ANDSI,
- membres de l'EOA,
- membres de l'itSMF,
- membres du club SI de Grenoble EM,
- membres des associations du G9+,
- membres des clubs régionaux sur le SI,
- issues du CAC 40,

## **10. Questionnaire**

Un questionnaire a été élaboré et validé par le comité de pilotage.

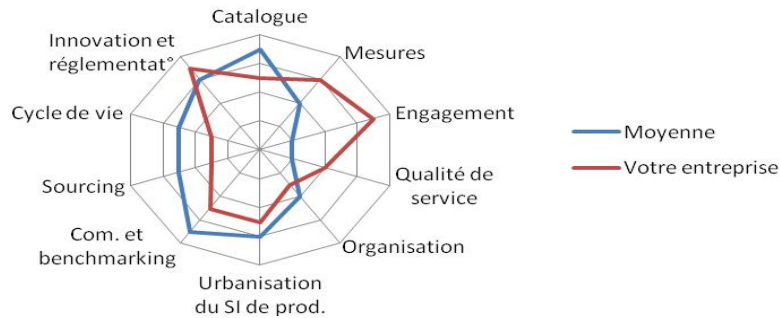
Le questionnaire pourra être rempli en ligne ou avec un fichier Excel.

## **11. Communication**

L'information du benchmark SI est relayée sur le blog de l'observatoire des SI (<http://observatoire-si.over-blog.com/>).

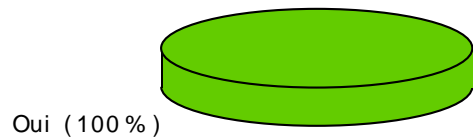
## 12. Annexe : Exemple d'étude de positionnement

### Votre positionnement



**Avez-vous identifié les clients de vos services informatiques ?**

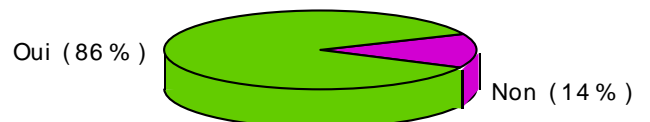
Oui	70
-----	----



Votre entreprise | Oui

**Vos services clients sont-ils identifiés ?**

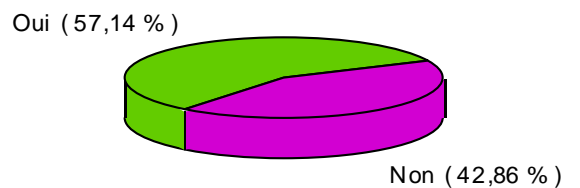
Oui	60
Non	10



Votre entreprise | Oui

**Existe-t'il un catalogue de services clients ?**

Oui	40
Non	30



Votre entreprise | Oui

Quel pourcentage représentent les services standards au catalogue ?

1 - Minimum	30
2 - Médiane	50
3 - Moyenne	58
4 - Maximum	80
Votre entreprise	55

