

Franchir l'horizon de l'infonuagique

Transcription de l'audio

Kevin Young :

Vous écoutez *Au-delà de l'horizon de l'infonuagique*, un aperçu des plus récentes recherches de Deloitte sur l'adoption, l'évolution et la transformation de l'infonuagique au Canada.

Notre équipe a passé les derniers mois à rassembler les perspectives de plus de 200 décideurs du domaine des technologies des secteurs public et privé du Canada.

Qu'est-ce qui se profile donc à l'horizon pour les technologies infonuagiques au Canada? Le contexte économique et commercial a changé au cours des dernières années, mais cela a-t-il touché l'optimisme autour des technologies infonuagiques?

« Le passage à l'infonuagique a une incidence considérable sur une entreprise. Cela nous oblige à penser différemment que par le passé, et à faire les efforts nécessaires pour permettre ce changement sur le plan des opérations. »

Kevin Young :

Les leaders canadiens de l'infonuagique envisagent leur progression avec confiance. Si votre organisation mène ses activités au Canada et que vous n'avez pas transféré au moins 40 % de votre charge de travail dans le nuage, vous faites partie de la minorité. Près des trois quarts des leaders des technologies que nous avons interrogés ont franchi la première étape du parcours infonuagique. Quatre-vingt-trois pour cent d'entre eux sont même convaincus qu'ils sont en avance sur leurs pairs dans ce parcours.

Pour ces leaders, l'optimisation ne se limite pas à rationaliser le volume et à gérer les coûts. Il s'agit de créer le bon environnement pour concrétiser la promesse et la proposition de valeur de l'infonuagique pour l'entreprise.

Mais à l'heure actuelle, est-il risqué de commencer à investir dans de nouvelles capacités? Avec des perspectives économiques pessimistes pour cet exercice, les leaders de l'infonuagique cherchent-ils à freiner les dépenses? Voici ce que Karin Wiens, une des leaders de l'infonuagique de Deloitte, a à nous dire à ce propos.

Karin Wiens :

Les attentes à l'égard de l'investissement dans le nuage demeurent solides. Soixante-dix-sept pour cent des organisations à qui nous avons parlé ont indiqué que la situation économique avait eu une incidence considérable sur leurs plans d'adoption de l'infonuagique. Il y a donc une grande incertitude économique sur ce point. Malgré cela, 86 % des organisations comptent augmenter leurs investissements dans l'infonuagique au cours des deux prochaines années.

Kevin Young :

Alors pourquoi les chefs d'entreprise canadiens s'attendent-ils à faire une grande utilisation du nuage à l'avenir? Qu'est-ce qui a déclenché ce changement du point de vue des attentes en infonuagique?

Karin :

« Les leaders canadiens de l'infonuagique ne considèrent plus l'infonuagique simplement comme une option de réduction des coûts. Ils sont plus ouverts au potentiel d'innovation que cette technologie présente pour leur entreprise, et leurs investissements en témoignent. La majorité de ces leaders voient maintenant les fournisseurs de services infonuagiques davantage comme des collaborateurs pour la transformation des affaires, et plus de la moitié d'entre eux les considèrent comme une porte d'accès aux technologies émergentes. »

Kevin Young :

On peut donc affirmer sans crainte que les aspirations liées à l'infonuagique augmentent à mesure que les attentes des entreprises évoluent?

Karin :

« Certainement, et ce point de vue accélère l'adoption de solutions infonuagiques sectorielles dans l'ensemble. La demande pour les nuages sectoriels – des éléments empilables comme les services, les applications et les outils infonuagiques pour aider à développer des solutions numériques – est en hausse dans tous les secteurs. »

Kevin Young :

Et nos études appuient définitivement cela. Nous avons constaté que 91 % des leaders de l'infonuagique considéraient les nuages sectoriels comme un catalyseur de la transformation et de l'automatisation des processus d'affaires propres au secteur. Et dans le contexte de l'effervescence que l'on observe autour du potentiel de l'IA générative, voici ce qu'un leader avait à dire au sujet de l'importance d'une base infonuagique solide pour l'innovation :

« Dès que l'IA générative a montré son potentiel, nos dirigeants ont voulu voir comment cela pourrait aider l'entreprise. Heureusement, nous avons déjà créé une solide base dans le nuage, avec des équipes des opérations qui savaient comment travailler dans le nuage et une bonne visibilité des coûts. En deux semaines, nous avons produit quelques prototypes. Et nous avons passé les six derniers mois à les améliorer pour créer une véritable valeur pour l'organisation. »

Kevin Young :

Les leaders des technologies infonuagiques ont donc bon espoir de voir leurs activités progresser. Les capacités organisationnelles évoluent, la trousse d'outils est en expansion et de nouveaux cas d'utilisation stimulants sont en train d'émerger pour les capacités sectorielles. Ceux-ci sont alimentés par les nuages sectoriels et par l'IA générative.

Quatre-vingt-un pour cent des leaders à qui nous avons parlé ont dit se sentir optimistes, stimulés, remplis d'espoir ou curieux quant à la façon dont l'IA générative pourrait recadrer l'utilisation de l'infonuagique. Mais cela ne se limite pas à l'IA. Partout au Canada, les organisations élargissent leur vision de ce que l'infonuagique peut générer pour leur entreprise, et nos recherches le confirment. Mais comment concrétiser cette vision? J'ai voulu savoir ce qu'en pensaient certains de mes collègues qui ont une expérience sur le terrain dans le domaine de la transformation infonuagique :

Divya :



« Je suis Divya Bharti, directrice de service de la pratique Ingénierie infonuagique de Deloitte Canada. Pour concrétiser cette vision, il faut tout d’abord que votre plan d’affaires et votre plan lié aux technologies soient alignés afin d’harmoniser vos stratégies relatives à l’infonuagique et à l’IA à vos objectifs d’affaires globaux. Vos priorités d’investissement relatives aux affaires et aux technologies doivent être synchronisées, sinon, il sera très difficile d’accroître votre empreinte infonuagique et de soutenir le développement de l’IA et de solutions infonuagiques dans votre secteur. »

Rene :

« Je m’appelle René Heroux, et je suis leader de la transformation au sein du groupe Infonuagique des services financiers chez Deloitte Canada. Selon mon expérience, une entreprise doit s’assurer que ses capacités sont prêtes à soutenir ses aspirations. Si vous voulez vraiment exploiter l’IA générative, vous avez besoin d’une plateforme de données sécurisée. Si vous voulez innover et accélérer la mise en marché, vous aurez besoin d’une architecture et de pratiques d’ingénierie plus modernes. Pour de nombreuses grandes organisations, ces aspects ne sont pas encore au point. »

Christian :

« Je m’appelle Christian Ierullo, et je suis directeur principal au sein du groupe Ingénierie infonuagique de Deloitte Canada. À mon avis, vous devez vous concentrer sans relâche sur la création de valeur. Cela comprend des éléments de base, comme une gouvernance financière solide pour suivre et gérer les coûts, mais cela nécessite également d’élargir votre définition de la valeur. Nous devons aider les leaders à cesser de considérer l’infonuagique comme une dépense d’exploitation et à commencer à la voir comme un investissement d’affaires.

Kevin Young :

Nous voici donc à la fin de notre discussion *Franchir l’horizon de l’infonuagique*. Merci d’avoir écouté. Je m’appelle Kevin Young, leader de la transformation infonuagique de Deloitte Canada, et si vous souhaitez en apprendre plus à propos de nos recherches sur l’infonuagique au Canada, vous pouvez télécharger le rapport complet en vous rendant à l’adresse deloitte.ca/horizoninfonuagique