



# L'infonuagique : maintenant dans les deux sens

Webinaires, série de deux parties

Juin 2015

COMMANDITÉ PAR



En juin 2015, ITWC a tenu une série de Webinaires en deux parties sur le thème des technologies infonuagiques. Ces Webinaires ont été animés par M. Jim Love, directeur de l'informatique et administrateur en chef du service numérique chez ITWC et par M. Paul Monaghan, directeur du nuage informatique et des services gérés, élaboration de solutions chez Rogers Communications. Le résumé suivant consiste en deux articles de fond qui portent sur les Webinaires, auxquels se sont greffées les réponses aux questions de sondage qui ont été posées à l'auditoire, ainsi que d'autres importants à-côtés issus des discussions.

---

### **PARTIE 1** Le nuage informatique devient la norme au Canada : dix mythes en matière de nuage informatique à réfuter

---

Alors que les entreprises canadiennes tendent sur le tard à adopter les nouvelles technologies, on s'accorde sur le fait que l'utilisation du nuage informatique se généralise au Canada – mais que les entreprises devront se montrer prudentes si elles veulent en récolter les bienfaits.

En ce qui concerne le mouvement du Canada vers l'infonuagique, M. Monaghan a remarqué qu'un grand nombre d'entreprises réfléchissent toujours à l'étape où elles devraient se trouver plutôt qu'à se déplacer vers le but. Mais il y a définitivement un changement d'orientation en ce qui concerne les TI internes traditionnelles, notamment le matériel informatique, les logiciels et la dotation en personnel.

« Les Canadiens ont adopté les fournisseurs de services dans les nuages, mais il est difficile de dire quelle est l'importance du phénomène en raison de ses définitions variables », affirmait M. Monaghan.

Les entreprises canadiennes sont surtout axées sur trois variantes de l'infonuagique :

- **Le logiciel comme service (SaaS)** : appartenant en propre à l'entreprise, service fourni et géré à distance par un ou plusieurs fournisseurs de services;

“ Trouvez ces applications qui auraient avantage à migrer dans le nuage en premier lieu.

— Paul Monaghan,  
Rogers Communications

- **La plateforme comme service (PaaS) :** les services d'applications pour l'infrastructure, y compris la gestion de la plateforme, de l'intégration, des processus commerciaux de l'application et les services de bases de données; et
- **L'infrastructure comme service (IaaS) :** une offre standardisée et automatisée où les capacités en matière de ressources informatiques, de stockage et de réseautage sont hébergées par un fournisseur de services et offert sur demande.

« Les Canadiens sont centrés sur l'infrastructure comme service (IaaS). Nous n'avons pas vu beaucoup d'adhésions à la plateforme comme service (PaaS) et le modèle SaaS n'exige aucun effort de nos jours grâce à des applications telles que Office 365, Google for Work et Google for Salesforce », a affirmé M. Monaghan.

Les autres types de nuages comprennent les services de nuage privé, communautaire, public et hybride. M. Love a remarqué qu'il existe un grand nombre de définitions différentes en ce qui concerne le nuage hybride, mais la définition de M. Monaghan est fondée sur l'utilisation coordonnée des services de nuage informatique en tenant compte de l'ensemble des limites du fournisseur.

Le nuage hybride est en voie de devenir une étape intermédiaire vers l'intensification de l'utilisation du nuage. M. Gartner prévoit que l'utilisation du nuage hybride en tant que solution préférée passera de 7 % à l'heure actuelle à 20 % en 2017, grâce aux secteurs tels que les soins de santé, l'assurance et le gouvernement en tête de liste.

« C'est à bras grands ouverts que le marché canadien adopte les services de nuage hybride », a affirmé M. Monaghan. « Ils ont réalisé qu'il n'est pas possible de tout faire dans le nuage public. Certains éléments peuvent migrer facilement vers le nuage public alors que d'autres ne peuvent pas. Les entreprises veulent avoir le contrôle de domaines très sensibles, quitte à les garder à l'interne. Quant à la couche client et à tout ce qui doit être plus dynamique, ces éléments peuvent migrer vers le nuage public. »

Le nuage public est également recherché, particulièrement dans le secteur de la fabrication, 63 % de l'ensemble des répondants affirmant qu'ils font d'importants investissements dans le nuage public. Les secteurs bancaire, de l'enseignement, du détail, des transports et du commerce de gros obtiennent également un pointage élevé en ce qui concerne l'investissement dans le nuage public.

des répondants affirmant qu'ils font d'importants investissements dans le nuage public. Les secteurs bancaire, de l'enseignement, du détail, des transports et du commerce de gros obtiennent également un pointage élevé en ce qui concerne l'investissement dans le nuage public.

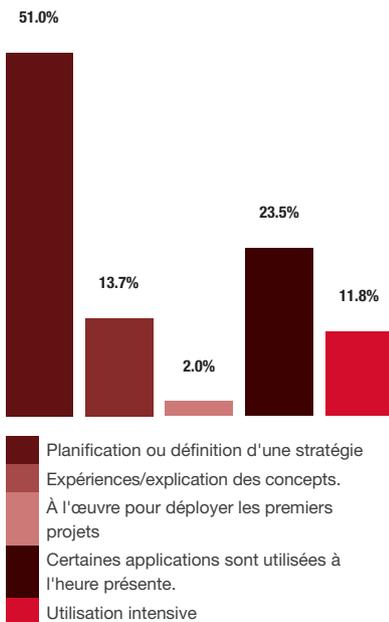
« Les entreprises tentent de déléguer ces compétences supérieures à l'extérieur, pour pouvoir se concentrer sur leurs compétences de base et ainsi accélérer le rythme de leurs activités », a affirmé M. Monaghan.

Et une fois que les entreprises ont déplacé leurs charges de travail vers le nuage, elles sont heureuses de l'avoir fait. Une étude menée aux États-Unis a révélé que 43 % des entreprises qui ont adopté le nuage auraient souhaité l'avoir fait avant.

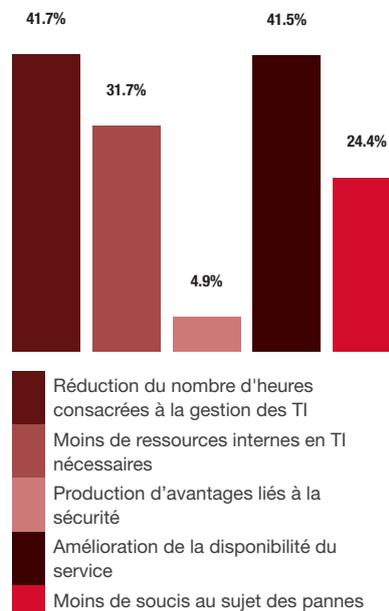
« Presque toutes les entreprises que je connais disposent d'actifs sous une forme ou l'autre, aujourd'hui placés dans un nuage », a révélé M. Monaghan. « Selon les commentaires obtenus, c'est après coup qu'elles constatent les bienfaits qui en résultent. »

RÉPONSES AUX QUESTIONS DU SONDAGE – PARTIE 1

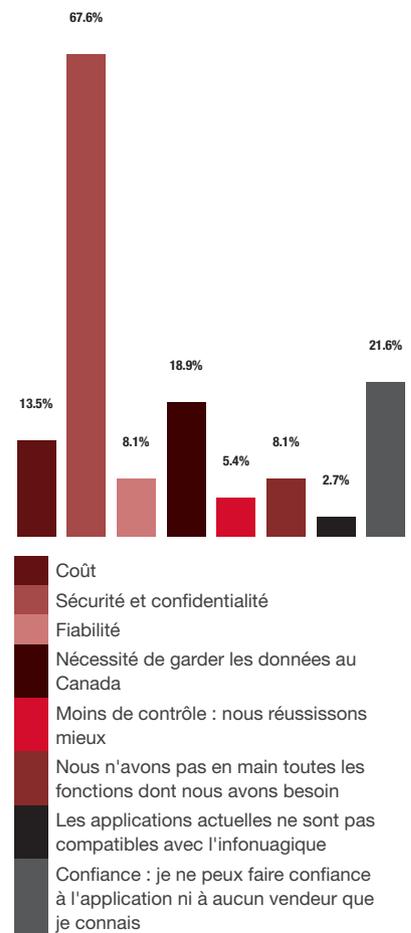
À quelle étape vous situez-vous dans le processus d'adoption de l'infonuagique?



Dans la liste suivante, quel est selon vous le principal avantage lié à l'infonuagique?



Qu'est-ce qui vous préoccupe en rapport avec la transition vers l'infonuagique?



Avant qu'elles puissent s'en remettre au nuage, il leur faut cependant surmonter certains mythes.

### **1. Les préoccupations liées au nuage sont toujours liées à l'argent**

Des économies peuvent parfois découler de l'utilisation du nuage, mais M. Monaghan affirme que ce n'est pas la principale raison pour adopter le nuage. « Vous utilisez le nuage pour miser sur certaines efficiences opérationnelles et faire en sorte que votre personnel se concentre sur ce qui est important », a-t-il dit. « L'argent est toujours une préoccupation, mais vous en avez toujours pour votre argent et il faut vous assurer que vous faites un achat éclairé. »

### **2. Pour bien briller, il vous faut le nuage**

Il est très courant que des représentants appellent « nuage » tout produit dont ils font la promotion. Il en est ressorti un mythe selon lequel un nuage est invariablement positif et il faut un nuage pour qu'en découle un effet positif. « Le nuage ne doit pas être utilisé à tort et à travers et c'est là que le nuage hybride peut être utilisé à bon escient », a dit M. Monaghan.

### **3. Le nuage devrait être utilisé dans toute situation**

Le nuage ne peut être également avantageux pour toutes les charges de travail et il est erroné de supposer qu'il pourrait en être ainsi. Chaque application doit être examinée sur une base individuelle pour déterminer le meilleur traitement à envisager et la solution pourrait ne pas être liée à l'utilisation du nuage.

### **4. « C'est le directeur général qui l'a dit » atteste une stratégie liée au nuage**

Pour que votre stratégie liée au nuage soit fructueuse, elle doit reposer sur une fondation d'entreprise solide. Cela signifie qu'il faut déterminer les objectifs de l'entreprise et les avantages potentiels que le nuage pourrait contribuer à vous faire atteindre. Le nuage est un moyen d'arriver à ses fins, et non une fin en soi. « Si votre entreprise peut mettre au point cette stratégie, vous aurez beaucoup plus de succès », a dit M. Monaghan.

### **5. Vous n'avez besoin que d'un seul fournisseur de services de nuages**

CoLes entreprises désirent minimiser le nombre de fournisseurs avec lesquels elles travaillent afin de limiter la complexité, mais il n'existe aucune solution en nuage qui permet de tout faire. Collaborer avec un fournisseur de services tel

que Rogers qui coordonne l'activité des fournisseurs peut aider à gérer la complexité, et M. Monaghan a dit que les entreprises ont réellement besoin de mettre au point une stratégie en matière de nuage pour chacune de ses unités opérationnelles – ce qui convient à la division des TI peut ne pas convenir à celle du marketing.

### **6. Le nuage est moins sécuritaire que les capacités internes de l'entreprise**

En fait, M. Monaghan a dit qu'étant donné que les fournisseurs de services et de nuages ont plus à perdre que les entreprises individuelles, elles se doivent donc d'investir encore plus dans l'infrastructure et l'expertise en matière de sécurité. Pour la plupart des entreprises, la sécurité ne fait pas partie des compétences de base, sauf pour Rogers. Ainsi le choix du bon fournisseur de services peut dans les faits signifier un environnement plus sécuritaire.

### **7. Le nuage n'est pas utilisé pour les tâches essentielles**

« Je suis tout à fait en désaccord avec cet énoncé, et toutes les grandes et moyennes entreprises qui ont migré vers le nuage sont du même avis », a affirmé M. Monaghan. « Il existe des cas d'utilisation où le nuage ne s'est pas montré à la hauteur de la tâche – je ne me servais pas de l'Association canadienne du contrôle du trafic aérien pour Amazon – mais pour la plupart des entreprises, vous pouvez créer une solution beaucoup plus souple à l'aide de l'infrastructure en nuage ».

### **8. Nuage = centre des données**

Une stratégie axée sur le nuage n'est pas une stratégie axée sur un centre de données et le nuage n'est pas un centre de données. Le nuage n'est pas une question de tout ou rien.

Il importe de prendre des décisions sur une base des charges de travail, une à la fois, plutôt que d'adopter une approche de « tout ou rien ». Les stratégies d'impartition du nuage et du centre de données ont des points communs mais il ne faut pas les confondre l'une avec l'autre. Le fait de supposer que le nuage est de nature « tout ou rien » conduit à la mauvaise analyse. Examinez les stratégies de nuages et celles des centres de données afin de constater ce qu'elles ont en commun. Concentrez-vous sur les services en nuage et les interfaces du service.

### **9. Migrer vers le nuage signifie obtenir automatiquement toutes les caractéristiques du nuage**

M. Monaghan a répliqué que c'était faux. Il faudra du temps. Et cela dépend de la solution. Le fait qu'une solution soit hébergée ne signifie pas nécessairement qu'il s'agit d'un service en nuage; il pourrait simplement s'agir d'une application ayant migré de votre centre de données vers le centre de données d'un fournisseur de services. Cela sera suffisant pour certaines solutions; pour d'autres, il se peut que vous désiriez et ayez besoin des caractéristiques traditionnelles du nuage, y compris l'extensibilité et l'élasticité.

### **10. Virtualisation = nuage privé**

« Le nuage, c'est plus qu'une simple virtualisation. Mis à part la technologie, la virtualisation en fera probablement partie, mais la question est comment mettez-vous différemment en œuvre les éléments opérationnels une fois passé au nuage? », a demandé M. Monaghan. « Si vous n'avez pas modifié les procédures opérationnelles, il ne s'agit pas réellement d'un nuage privé. Vous ne faites que miser sur les économies d'échelle d'une plateforme de virtualisation. »

Si vous envisagez la migration vers le nuage, M. Monaghan vous conseille de ne pas essayer de décrocher la lune. Examinez plutôt votre infrastructure et établissez un plan.

« Il n'y a pas qu'une seule stratégie de nuage. Chaque entreprise est différente », a dit M. Monaghan. « Choisissez l'objectif le plus à votre portée pour le déplacer vers le nuage, en adoptant les solutions les plus appropriées. »

---

## PART II Gestion stratégique de l'infonuagique

---

Adoptez-vous une approche stratégique en ce qui concerne le nuage? Ce ne sont pas toutes les entreprises qui, sollicitées par un battage publicitaire, se laissent persuader d'adopter le nouveau paradigme informatique. Mais si vous voulez réussir à bien comprendre en quoi consiste le nuage, il vous faut un plan. Au cours de la présente série de Webinaires en deux parties, les personnes présentes ont pu apprendre qu'il faut adopter une approche délibérée pour profiter des avantages de l'infonuagique.

Bien que ce soit toujours sa préférence personnelle, Paul Monaghan est conscient que peu d'entreprises choisiront l'approche du « nuage à l'avant-plan » pour l'infrastructure de leurs TI. Lorsqu'il est question tant de l'adoption de nouvelles fonctionnalités que du remplacement de fonctionnalités existantes, les recherches d'IDC révèlent que l'option « nuage en plus » est la plus populaire, suivie de l'option « nuage à l'avant-plan » et de l'approche « nuage à l'arrière-plan » que peu d'entreprises choisissent.

M. Monaghan a dit qu'il n'est pas surpris de voir ces données – la plupart des entreprises présentent une infrastructure des TI traditionnelle et les solutions ne s'adapteront pas bien au nuage. Il est difficile de migrer toutes les applications vers le nuage – certaines s'y prêtent mieux que d'autres. M. Monaghan a donné le conseil suivant : « Il faut toujours sélectionner la meilleure solution qui convient à la tâche ».

Le défi pour un grand nombre d'organismes cependant réside dans le fait que leur infrastructure traditionnelle constitue une barrière à leur progression. Uber et Air BNB, entreprises nées dans le nuage, comptent sur l'effet de levier exercé sur leur infrastructure de nuage à l'avant-plan pour en augmenter l'aptitude à s'adapter à la demande et à renverser les paradigmes traditionnels qui existent dans leurs domaines respectifs d'activité. Pour la plupart des entreprises, il est difficile d'innover lorsque 80 % du budget des TI est consacré à l'éclairage – seulement 20 %, dans le meilleur des cas, étant dirigé vers l'innovation.

Il vous faut toutefois trouver un moyen d'innover car vos concurrents en trouveront un. Plus de la moitié des entreprises qui figuraient sur la liste Fortune 500 en 2000 ne figurent plus sur la liste aujourd'hui – cela signifie « innove ou crève ». Et M. Monaghan a dit que le nuage peut justement procurer aux entreprises le temps qu'il leur faut pour innover.

Les trois quarts des entreprises interrogées par Harvard Business Review affirment que le nuage leur a donné un avantage concurrentiel, y compris un accès plus rapide au marché,

la capacité de réagir plus rapidement au changement, la réalisation d'efficacités opérationnelles et d'économies, et la possibilité de rediriger les ressources permettant de créer davantage d'innovations.

M. Monaghan a communiqué les cinq étapes qui devraient faire partie de votre stratégie de nuage.

### **1. Précisez votre vision stratégique**

Quelle est la raison expliquant votre migration vers le nuage? Une fois la raison clairement définie, énumérez vos motivations. Il s'agit le plus souvent d'augmenter l'aptitude de l'application afin de gagner un avantage concurrentiel, d'accroître l'efficacité des TI pour le personnel et l'infrastructure et de réduire le risque en assurant la continuité des applications critiques.

### **2. Évaluez où vous vous situez dans votre exploration du nuage**

Il se peut que quelques-unes de vos applications soient déjà dans le nuage et que vous soyez en attente de développements futurs. Vous voulez commencer par établir quel est votre niveau de maturité en ce qui concerne votre évolution dans le nuage. Les avantages liés au nuage sont proportionnels à la maturité. Au bas de l'échelle se trouve l'observateur du nuage; cette entreprise en est encore à définir sa stratégie et à lancer la première explication de ses concepts. Au sommet de l'échelle se trouve l'entreprise axée sur le nuage; elle possède une stratégie de nuage à l'avant-plan, négocie les services de nuage et a mis en œuvre DevOps. La plupart des entreprises aujourd'hui se situent au centre.

### **3. Privilégiez vos projets de nuage**

Examinez quelles sont les meilleures tâches à migrer vers le nuage, en vous concentrant d'abord sur les projets qui offrent des résultats nets mesurables tout en minimisant le risque lié à la sécurité.

### **4. Surmontez les quatre défis courants en ce qui a trait au nuage**

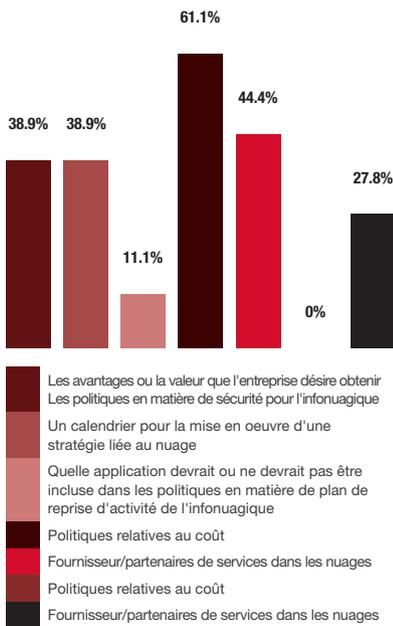
« La culture du nuage m'impressionne beaucoup. Et il n'y a pas que le service des TI qui doit penser en fonction du nuage; c'est également l'affaire du secteur d'activité », a dit M. Monaghan. Les autres défis comprennent l'obtention d'un droit relatif à la sécurité, tout en vous assurant d'un service fiable et de l'optimisation de vos coûts.

### **5. Sélectionnez le modèle d'adoption de votre nuage**

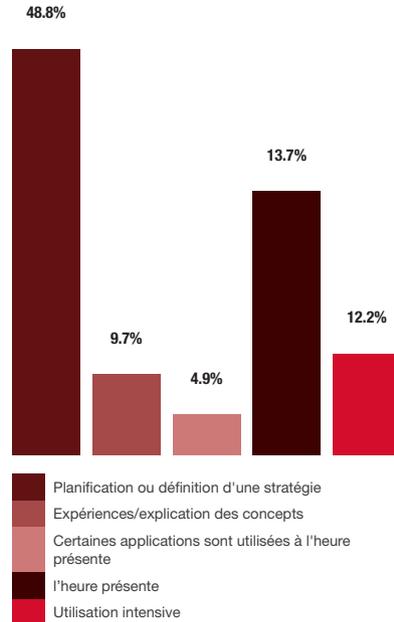
Il en existe trois. Le choix par défaut, le « nuage à l'avant-plan » s'impose lorsque les circonstances sont favorables. Des applications ou des types d'application spécifiques « ciblés » sont mis dans le nuage. Et les développeurs « improvisés » sont invités à se servir du nuage pour leurs applications. « Lorsque c'est faisable, vous voulez avoir la permission d'utiliser le nuage, mais il vous faut partir de quelque part et le ciblage est également une approche courante », a affirmé M. Monaghan. « Trouvez ces applications qui auraient avantage à migrer dans le nuage en premier lieu. »

RÉPONSES AUX QUESTIONS DU SONDAGE – PARTIE 2

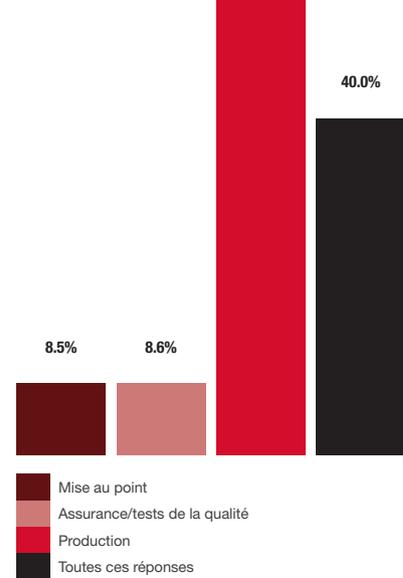
Quels éléments-clés de la stratégie de l'infonuagique ont été définis par votre organisme?



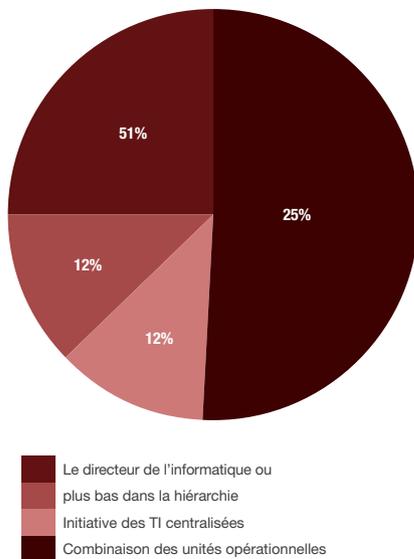
À quelle étape vous situez-vous dans le processus d'adoption de l'infonuagique?



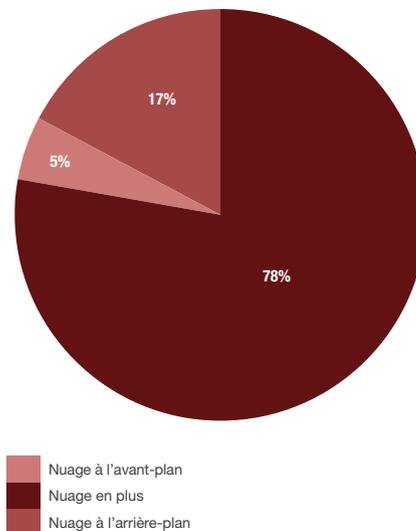
Quels types de charges de travail déplacerez-vous vers l'infonuagique?



Qui, dans votre organisme, est la personne habilitée à prendre des décisions relatives à l'adoption de services infonuagiques?



Comment décririez-vous la position générale de votre organisme en ce qui concerne l'utilisation des services infonuagiques?



### **À propos de ITBusiness.ca et de ITWC**

ITBusiness.ca est la principale source d'information au Canada pour les professionnels qui désirent miser sur la technologie pour atteindre leurs objectifs professionnels – depuis le Service des ressources humaines en passant par le marketing et par les postes commençant par un « D ». Le site ITBusiness.ca donne un aperçu des tendances actuelles et des technologies proposées. Il éclaire également le lecteur sur l'offre du produit, les possibilités de déploiement et les débouchés commerciaux dans le contexte canadien.

Le site ITBusiness.ca est publié par ITWC, une société privée de services en média et contenu numériques. Mettant à profit plus de trente ans de solides relations avec les décideurs en matière de technologies au Canada par l'entremise d'un journalisme récompensé pour son excellence, ITWC fournit de l'information percutante et pertinente à un public composé de membres de la haute direction. En outre, ITWC propose des stratégies intégrées en matière de marketing de contenu à ses clients, y compris plus de 200 sociétés Fortune 1000 à l'échelle mondiale.

ITWC, anciennement IT World Canada, est l'unique société canadienne affiliée de l'International Data Group (IDG) qui diffuse plus de 300 publications partout dans le monde.

**[www.itbusiness.ca](http://www.itbusiness.ca) | [www.itwc.com](http://www.itwc.com)**

### **À propos de Rogers Communications**

Rogers Communications est une société canadienne ouverte diversifiée et un chef de file œuvrant dans l'industrie des communications et des médias. Rogers est le plus important fournisseur de services de communications sans fil au Canada, et également l'un des plus importants fournisseurs de services de télévision par câble, d'Internet haute vitesse et de téléphonie au Canada. Par l'intermédiaire de Rogers Média, la société est active dans l'industrie de la radiodiffusion, de la télédiffusion, du téléachat, de l'édition (magazines grand public et revues spécialisées), du divertissement sportif et des médias numériques. Rogers est inscrite à la Bourse de Toronto (TSX) sous les symboles RCI.a et RCI.b et à la bourse de New York (NYSE) sous le symbole RCI. Pour obtenir de plus amples renseignements sur le groupe d'entreprises Rogers, veuillez visiter le site [rogers.com](http://rogers.com).